



(I) Mobilidades e (Des)Envolvimentos: o Rural Desafiado
Inercias, Cambios y 'Desarrollos': desafios para el medio rural

Universidade de Lisboa – CEG / IGOT

RECURSOS DE APOYO A LOS VISITANTES EN EL MEDIO RURAL: EVALUACIÓN DE LOS CENTROS DE INTERPRETACIÓN EN GALICIA

ARACELI SERANTES PAZOS²⁰
Universidade da Coruña

RESUMEN

La Interpretación del Patrimonio (IP) es una técnica de comunicación estratégica dirigida a los visitantes, que en su tiempo de ocio, acuden a un lugar de interés patrimonial (natural o cultural); los Centros de Interpretación (CI) son uno de los recursos, cada vez más frecuentes, utilizados como estrategia de comunicación, mediadores entre el patrimonio y las personas que se acercan a disfrutarlo. Estos centros han proliferado en los países de la Unión Europea, porque muchas de las ayudas de desarrollo al medio rural concedidas por esta institución, establecen como requisito la creación de dichos servicios, como motores de dinamización local y de fomento del turismo. En este momento, este fenómeno puede visualizarse como “una plaga” ya que, en muchos casos, se trata de edificios con contenidos y servicios muy alejados de los objetivos previstos o simplemente cerrados.

En este trabajo presentamos algunos de los resultados de la evaluación de los CI de la Galicia rural. Los objetivos que perseguimos son, en primer lugar, identificar, clasificar y categorizar los recursos destinados a los visitantes y, en segundo lugar, señalar algunas deficiencias así como técnicas y ejemplos que podrían constituir un banco de buenas prácticas en comunicación o IP. La muestra que presentamos está constituida por los CI localizados en el medio rural que estaban funcionando en Galicia durante el trienio 2010-2012. La información se recogió “in situ”, para lo que definimos una serie categorías y listas de control que nos permitieron ir registrando de forma sistemática las observaciones. En cada visita además fotografiamosn los recursos existentes.

Presentamos someramente el estado en que nos encontramos estos centros, las debilidades y problemas que presentan, así como los elementos que consideramos tienen un gran poder comunicativo y se adaptan al público objetivo. El interés de este estudio – centrado en una realidad tan concreta como el territorio rural gallego– puede servir de ejemplo para la evaluación y autoevaluación de centros similares.

PALABRAS CLAVE

interpretación del patrimonio, centros de interpretación, evaluación, visitantes

²⁰ Departamento de Pedagogía e Didáctica, Universidade da Coruña. Campus Elviña s/n, 15071 A Coruña boli@udc.es

Introducción

La Interpretación del Patrimonio (IP) es una técnica de comunicación estratégica que ayuda a valorizar aquellos lugares y bienes de interés patrimonial (natural o cultural), mostrando a los visitantes, que acuden en su tiempo de ocio, el significado y los valores para que esta experiencia sea realmente relevante para ellos. Freeman TILDEN es considerado el padre de esta disciplina por ser la primera persona en teorizar y sistematizar estas prácticas; este autor definió la IP como *“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 es un instrumento adecuado para revalorizar los bienes culturales, promover el desarrollo local, desarrollar programas de educación ambiental y patrimonial, generar iniciativas de turismo cultural, turismo rural o ecoturismo y gestionar los bienes patrimoniales (Figura 1).

FIGURA 1
Objetivos de la Interpretación del Patrimonio



La valorización de los bienes culturales para Josep BELLERT HERNÁNDEZ y Jordi JUAN I TRESSERRAS (2001: 171-174) se basa en cuatro pilares: 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. La IP adquiere su sentido pleno vinculada a estos cuatro pilares, aunque una mirada superficial e intuitiva la vincularía exclusivamente con los planes de difusión, didáctica y educación, al ser uno de sus objetivos más evidentes facilitar la comprensión y añadir significados al recurso. Sin embargo, su faceta más interesante es la relacionada con la gestión de los visitantes, vinculada con la conservación de espacios naturales, el turismo, la educación ambiental y el desarrollo (local y/o rural); en este sentido, Marcelo MARTÍN entiende que *“la interpretación es una herramienta más dentro de la tarea de vincular el patrimonio con la sociedad”* (2000:4).

Existe un consenso generalizado sobre la creciente demanda de destinos de naturaleza y de zonas rurales. En este sentido, la IP se viene utilizando, también, como estrategia para evitar el impacto negativo del turismo. David UZZELL (1998:11) afirma que esta disciplina ha tenido un papel fundamental en la regeneración de zonas rurales a través del turismo y programas de conservación; una buena IP garantiza un desarrollo turístico sostenible en el medio rural.

Recordar también que, uno de los problemas asociados al turismo es la demanda caprichosa de destinos y la masificación temporal a la que se ven abocados algunos lugares de moda; ante este hecho muchos expertos recomiendan la diversificación, ampliación y sofisticación de las ofertas, en base al uso de sus características identitarias para desarrollar un turismo de calidad a largo plazo. Otro problema es realizar ofertas sin contar con verdaderos productos turísticos, ni

profesionales de los distintos sectores implicados, ni planes de comercialización. 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 la interpretación ayuda a crear un valor añadido y “ayuda a crear una sensación de lugar” (2000:6).

1. Planteamiento de la investigación

Los Centros de Interpretación (CI) han proliferado en los países de la Unión Europea, porque muchas de las ayudas de desarrollo del medio rural, concedidas por esta institución, establecen como requisito la creación de dichos servicios como motores de dinamización local y de fomento del turismo. En este momento este fenómeno puede visualizarse como “una plaga” (Pablo MEIRA y Araceli SERANTES, 2005) ya que, en muchos casos, en vez apoyar y mejorar la gestión de un territorio o de un elemento patrimonial, las subvenciones se invierten íntegramente en la rehabilitación o creación de edificios que terminan cerrados o destinados a otros usos, con contenidos y servicios muy alejados de los objetivos previstos. Por esta razón creemos conveniente presentar un “estado del arte”, e identificar sus fortalezas y debilidades.

En este trabajo mostramos someramente algunos de los resultados de una evaluación más extensa de estos centros en la totalidad de Galicia. Algunos de los objetivos que perseguíamos son:

- identificar, clasificar y categorizar los recursos destinados a los visitantes
- señalar algunas deficiencias y destacar técnicas y ejemplos que podrían constituir un banco de buenas prácticas.

La muestra está constituida por todos los CI que estaban funcionando en Galicia durante el trienio 2010-2012, aunque en este trabajo sólo haremos referencia a aquellos localizados en el medio rural.

La información se recogió “in situ”, para lo que definimos una serie de categorías y listas de control que nos permitieron ir registrando de forma sistemática las infraestructuras, los recursos, el personal, los servicios y los mensajes (orales, escritos, gráficos...). En cada visita además fotografiamos los recursos existentes, recogimos material impreso y registramos los otros servicios presentes en los CI.

El interés de un estudio, enmarcado en una realidad tan concreta como el territorio rural gallego, reside en su potencial como sistema de evaluación y autoevaluación de centros similares.

2. Los Centros de Interpretación un apoyo a los visitantes en el medio rural

9.1. Definición y características

Los CI son uno de los medios más generalizado y de gran valor estratégico, porque se trata de una instalación fija que sirve de referencia para las personas visitantes; normalmente están localizados en el mismo espacio del patrimonio a divulgar, de fácil de identificación y desde los que se ofertan otros productos que buscan la satisfacción de los visitantes 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. Podemos definir los CI como los espacios contruídos para desvelar a los visitantes el significado de ese patrimonio, potenciar la comprensión y favorecer el disfrute a través de objetos, reproducciones, maquetas, exhibiciones, proyecciones... (Araceli SERANTES, 2010:187)

A veces resulta más fácil hacer una definición identificando lo que no es para destacar las características más relevantes. En este sentido, señalar que los CI no son Museos, porque no suelen tener colecciones ni objetos reales y por lo tanto no tienen como misión la custodia, ni la investigación de los fondos, aunque tengan bastantes características en común (comunicación y divulgación, flujo de visitantes, capacidad didáctica, servicio técnico de comunicación...). Los CI 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 a las personas hacer conexiones intelectuales y emocionales, por lo que los CI deberían propiciar que ocurra “algo” en el interior de los visitantes, que puedan construir su propio conocimiento.

Si tenemos en cuenta las nueve categorías de museos atendiendo a los retos de liderazgo que deben asumir los museos, según Josep BELLART (2010:169-174), los CI participarían de muchas de las características de 6 de estos tipos: los museos cívicos y comunitarios, los digitales, los concienciados, los transdisciplinares, los memorializadores y los memorables.

Para Carlos FERNÁNDEZ BALBOA (2007:125) las funciones de un CI se concretan en dar la bienvenida, presentar el lugar o el recurso patrimonial y las instituciones que lo gestionan, facilitar información sobre las normas que deben asumir los visitantes, orientar a las personas para que su visita se ajuste a sus expectativas, sensibilizar acerca de los valores del lugar y 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).

Entre las **oportunidades** y puntos fuertes de los CI destacamos su capacidad para reducir el impacto de la afluencia de visitantes a lugares sensibles, porque puede concentrar a las personas en puntos controlados y menos vulnerables; Jaume SUREDA, Francisco J. GUERRA y Margarida CASTELLS consideran que 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*” (2008:87). Otras de las ventajas son: se trata de un medio eficaz para motivar e introducir al visitante en un lugar probablemente novedoso, sirviéndole de marco de referencia; satisface muchas de las necesidades de información y orientación para conocer el lugar; aúna otros servicios destinados al visitante (actividades en el entorno, alojamiento y servicios de hostelería, información sobre el transporte...). Una buena interpretación 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 convierte al visitante en un agente motivado y receptivo porque entiende el **por qué** y el **cómo** conservar ese patrimonio.

Como contrapartida existen muchas **debilidades** y deficiencias: algunos no responden a una planificación previa, por lo que su localización, acceso, servicios etc. son deficientes; también los hay que gastan todo su presupuesto en el continente sin reservar presupuesto para los contenidos y la contratación de personal, por lo que permanecen cerrados; muchos tienen demasiada información y poco relevante; algunos son copias exactas de otros, por lo que no muestran las singularidades del lugar; el verdadero peligro de un CI es cuando lo convertimos en un fin en sí mismo, en vez del instrumento para la comunicación y la gestión que debería ser. Actualmente es alarmante la cantidad de iniciativas que se están desarrollando y que no responden a una planificación de uso y gestión del recurso (Pablo MEIRA y Araceli SERANTES, 2005:54; Araceli SERANTES, 2010: 188). Esta idea queda excepcionalmente reflejada en la ilustración de J.M.NIETO (Ilustración 1).

ILUSTRACIÓN 1
Centro de Interpretación de los Centros de Interpretación (J.M.Nieto)



9.2. Los Centros de Interpretación en Galicia

Galicia es una Comunidad Autónoma –desde 1981– dentro del Estado español, localizada al noroeste de la península ibérica y caracterizada por concentrar su población (2.795.422 habitantes. INE, 2011) en la línea litoral, quedando el interior prácticamente despoblado; divide en cuatro provincias, cuenta con 315 municipios de los cuales sólo 22 tienen más de 20.000 habitantes y 199 menos de 5.000 habitantes. La mayor parte de la economía gallega se centra en el sector terciario, aunque el sector primario (pesca y actividades agroforestales) sigue teniendo un importante peso. El turismo se ha desarrollado más tarde que en otras comunidades, concentrándose en la costa y en Santiago de Compostela.

En esta investigación hemos considerado como CI, al margen de su denominación, todos los equipamientos que ofrecen material expositivo (e interactivo) para valorizar y divulgar el patrimonio natural o cultural y que tienen como actividad principal la información y la comunicación a través de diferentes recursos, que pueden exigir cierta participación e interacción, bien de forma guiada, bien de forma autoguiada y sin una orientación previa para realizar el recorrido (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.

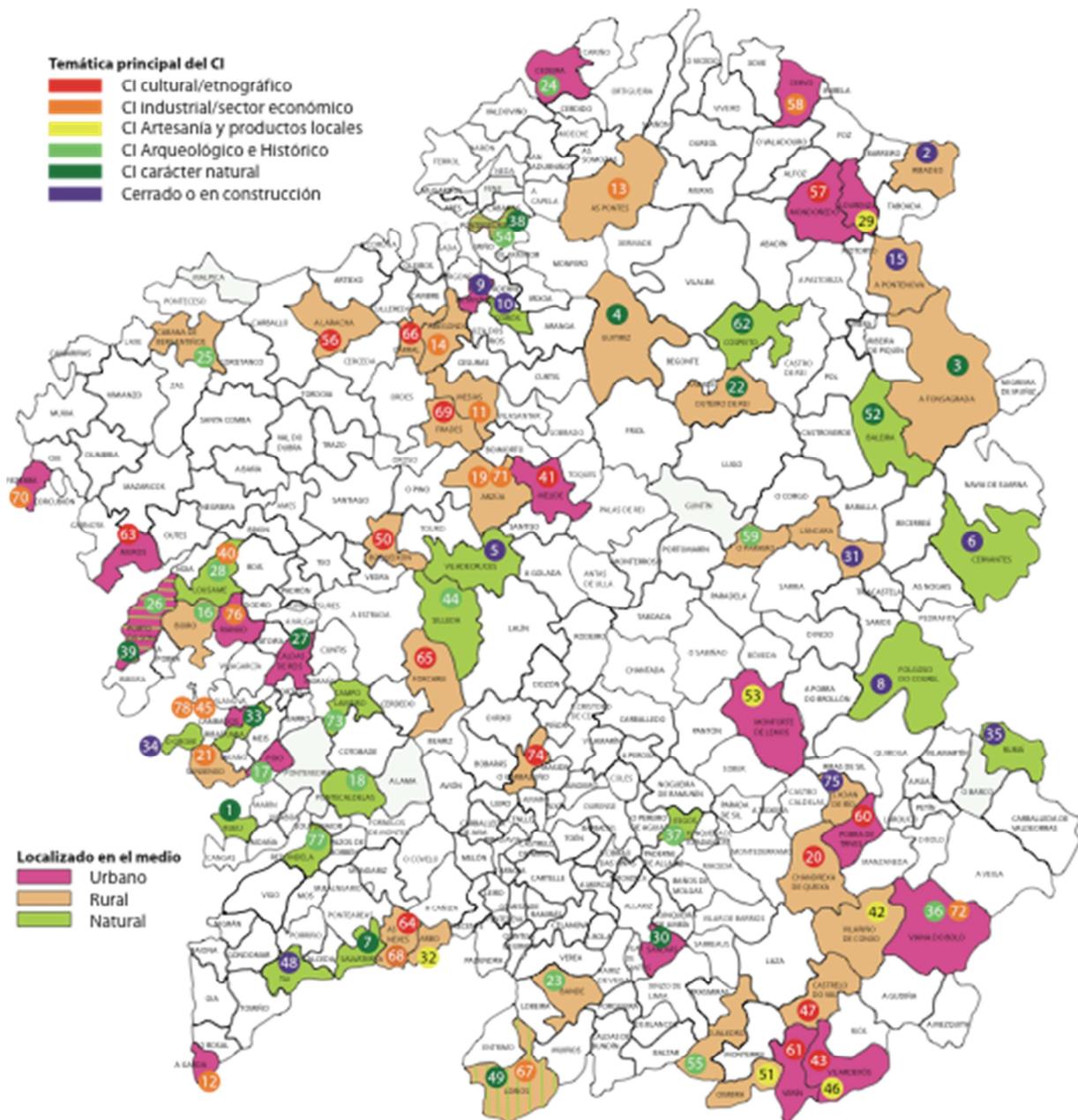
Los CI son un fenómeno bastante reciente en Galicia. Las primeras experiencias están muy ligadas a la declaración de Espacios Naturales Protegidos (ENP), y pronto surgirán experiencias similares ligadas al ámbito de la educación ambiental, de la divulgación del patrimonio, del desarrollo local y del turismo. Mientras que las primeras son financiadas desde la Administración autonómica, estas segundas corresponden a la gran variedad de ayudas europeas para la conservación, el desarrollo y la valorización.

En el Mapa 1 identificamos las 78 experiencias que analizamos en esta comunicación, señalando su emplazamiento (en un contexto urbano²¹, rural o natural), e identificando la temática principal de los contenidos (de carácter cultural y etnográfico, referidos a un sector económico o actividad industrial, sobre un producto o artesanía local, de interés arqueológico e histórico o de carácter natural); señalamos también aquellos que en el momento del muestreo estaban cerrados o en construcción. Aclarar que en este estudio sólo consideramos experiencias localizadas en ayuntamientos de menos de 20.000 habitantes, por lo que no haremos referencia a aquellas otras como el CIELGA o en CI de San Roque en Ribeira, el Museo de la Naturaleza en Ferrol, el Aula del Mar en Oleiros, el CI do Castro Cociñadoiro en Arteixo, el CI del yacimiento romano en Cambre, el CI Ambiental de Compostela y CI Arqueológico Medieval en Santiago, o el CI de la Muralla y CI das Terras do Miño en Lugo, o el CI del castro de Vigo y el CI de las

21 En este caso hemos extendido la denominación de “zona urbana” a los núcleos de población de pequeños pueblos de carácter rural.

Islas Ciés, por ser municipios con más de 20.000 habitantes. Hemos decidido excluirlos en esta comunicación aunque algunas de estas experiencias están localizadas en espacios de carácter rural o semi-urbano y surgen con la vocación de generar nuevos polos de atracción turística y de desarrollo local.

MAPA 1
Centros de Interpretación en Galicia (Araceli Serantes, 2012)



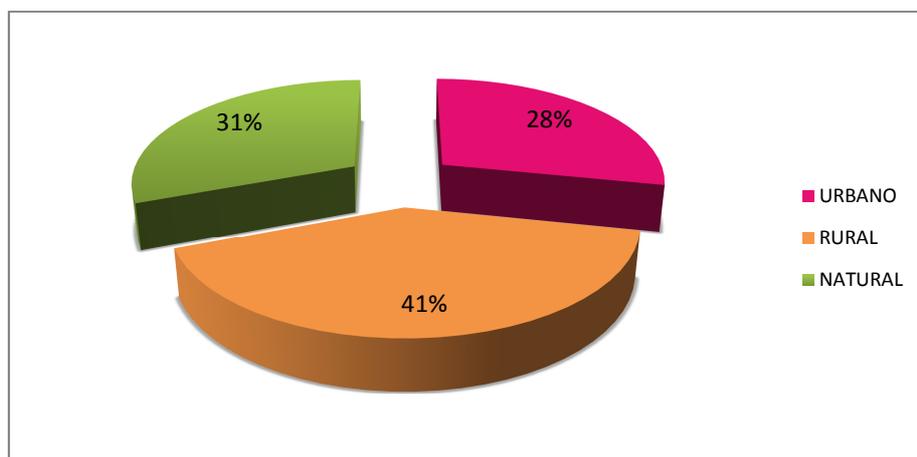
Centros de Interpretación en Galicia

- | | | |
|--|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Aula da Natureza Cabo Udra 2. Aula da Natureza Casa da Ría 3. Aula da Natureza da Fonsagrada 4. Aula da Natureza de Guitiriz 5. Aula da Natureza dos Ollares 6. Aula da Natureza dos Ancares 7. Aula da Natureza Illa de Fillaboa 8. Aula da Natureza Moreda do Caurel 9. Aula da Natureza do Pasatempos 10. Aula da Natureza Río Chelo 11. Aula da Natureza das brañas de Valga 12. Aula Etnográfica do Mar 13. Casa das abellas 14. Casa do Mel 15. Casa do Salmón 16. Centro Arqueolóxico Barbanza-Castro Neixón 17. Centro Arqueolóxico Caeira 18. Centro Arqueolóxico Tourón 19. Centro de Divulgación do Queixo e do Mel 20. Centro da Identidade Galega 21. Centro de Interpretación A Tellería 22. Centro de Interpretación Avifauna 23. Centro de Interpretación Aquis Querquennis 24. C. Interpretación Castelo da Concepción 25. C. de Interpretación do Dolmen de Dornbate 26. Centro de Interpretación Castro de Baroña | <ol style="list-style-type: none"> 27. Centro de Interpretación da Carballeira 28. Centro de Interpretación da Estación Decca 29. Centro de Interpretación da faba 30. Centro de Interpretación da Lagoa de Antela 31. C. de Interpretación da Historia de Lãncara 32. C. de Interpretación da Lamprea e o Viño 33. Centro de Interpretación fluvial do río Umia 34. C.I. Natureza A Siradella 35. C.I. Natureza do PN Serra de Enciña da Lastra 36. Centro de Interpretación da Torre do Bolo 37. Centro de Interpretación da Vida Monástica 38. C. de Interpretación das Fragas do Eume 39. C.I. das lagoas de Xuño e San Pedro de Muro 40. C. de Interpretación das Minas de San Fins 41. C. de Interpretación do Camiño de Santiago 42. Centro de Interpretación do Cogomelo 43. Centro de Interpretación do Contrabando 44. C. Interpretación do Mosteiro de Carboeiro 45. Centro de Interpretación da Conserva 46. Centro de Interpretación do olivo 47. C.I. do Patrimonio de Castelo do Val 48. Centro de Interpretación do PN Monte Aloia 49. CI do PN Serra do Xurés e Baixa Limia 50. Centro de Interpretación do Pico Sacro 51. C. de Interpretación do Pemento Branco 52. C.I. Río Eo e do bosque da Marronda | <ol style="list-style-type: none"> 53. C. Interpretación do viño da Ribeira Sacra 54. Centro de Interpretación dos Andrade 55. Centro de Interpretación dos Castros 56. C.I. Muíños de Auga da Costa da Morte 57. C.I. e Información do Camiño Norte 58. C.I. Ecomuseo Terras de Azul Cobalto 59. C. Interpretación Histórica de Vilarmosteiros 60. C.I. Histórico Cultural Santa Leonor 61. Centro de Interpretación Museística 62. C. de Interpretación Lagoa de Cospeito 63. C. Interpretación Muíno do Pozo de Cachón 64. C. Interpretación Patrimonio Local Taboexa 65. Centro Etnográfico Terra de Montes 66. Eco-Museu de Costa da Egoa 67. Ecomuseo do queixo do Xurés 68. Museo da Auga 69. Museo do Campo 70. Museo do Mar 71. Museo O enredo do abelleiro 72. Museo Pazo do Mel-Casar Vizcaia 73. Parque Arqueolóxico da Arte Rupestre 74. Parque Etnográfico do Arenteiro 75. Aula da Natureza de Trives 76. Aula Activa del Mar 77. C. Interpretación San Simón 78. CIRA-C.I. da Ría de Arousa |
|--|--|---|

A. Sobre su localización y características generales

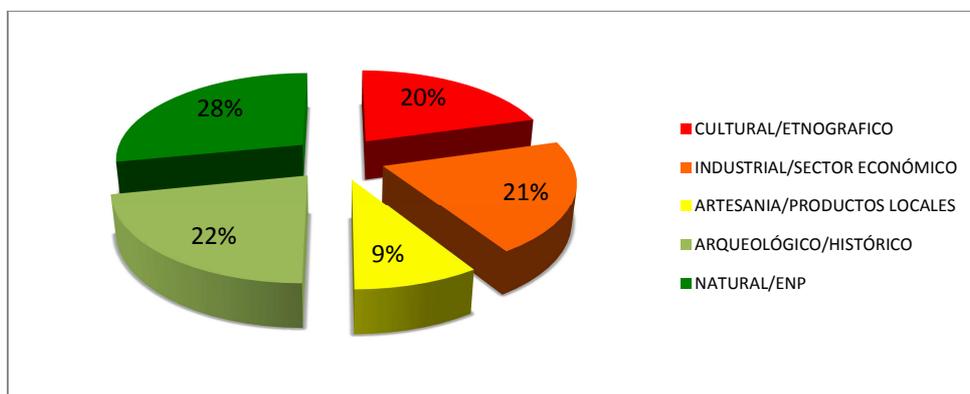
De los 78 centros estudiados, 43 están localizados en municipios con un tamaño entre 5.000 y 20.000 habitantes, y los otros 35 en municipios de menos de 5.000 habitantes. Están distribuidos de la siguiente manera: 24 en espacios naturales, 32 en zonas rurales y 22 en las zonas urbanas o urbanizadas del municipio (Figura 2). La mayoría de los centros (70,13%) se localizan en el lugar que se encuentra el recurso a interpretar.

FIGURA 2
Localización de los centros de interpretación



Es interesante analizar la localización respecto a la temática principal. Clasificamos los CI en función de 5 categorías temáticas, aunque en el Mapa 1 aparece un sexto apartado referido a los centros que se encuentran cerrados o en construcción (12 centros). Para analizar la temática tuvimos en cuenta también estos centros aunque no estuviesen funcionando en el momento de la recogida de datos (Figura 3).

FIGURA 3
Temática principal de los centros de interpretación



En IP se designa **tópico** al tema principal alrededor del cual se desarrollarán los temas o rasgos (Sam HAM, 1992; Jorge MORALES, 1998); en nuestro caso el tópico más frecuente está relacionado con temática de carácter natural, fundamentalmente relacionado con los Espacios Naturales Protegidos (19 de los 22 CI). Los centros dedicados a la interpretación de yacimientos arqueológicos e históricos ocuparían el segundo lugar, siendo mayoritarios los primeros (12 de los 17). En tercer lugar estarían los de carácter etnográfico y cultural junto con los dedicados a actividades de tipo económico: de estos primeros los etnográficos genéricos son los más numerosos (8 de 16), y nos parece interesante destacar los centrados en el Camino de Santiago (3) y en los molinos (3); de los económicos centrados en actividades económicas y pre-industriales (16) destacamos los dedicados a la producción de miel (5), a las artes de pesca y explotación del mar (4) y la producción de cerámica (3). Por último estarían los basados en productos locales, que recrean la singularidad de un producto, en nuestro caso todos están

relacionados con la gastronomía (7). Podría sorprender que siendo la singularidad uno de los criterios más valorados por su potencial interpretativo (Jorge MORALES, 2001) no sea un tópico más frecuente. Aclarar que en esta categoría no recogimos los centros que tratando tópicos relacionados con la naturaleza, arqueología, etc. se basan en rarezas e aspectos únicos.

No todos los CI situados en entornos naturales tienen como temática principal aspectos relacionados con el medio ambiente, ni todos los localizados en espacios rurales con temas de etnografía, artesanía o productos locales. En la Tabla 1 mostramos su distribución.

TABLA 1
Localización respecto al recurso, señalización de los CI y accesibilidad

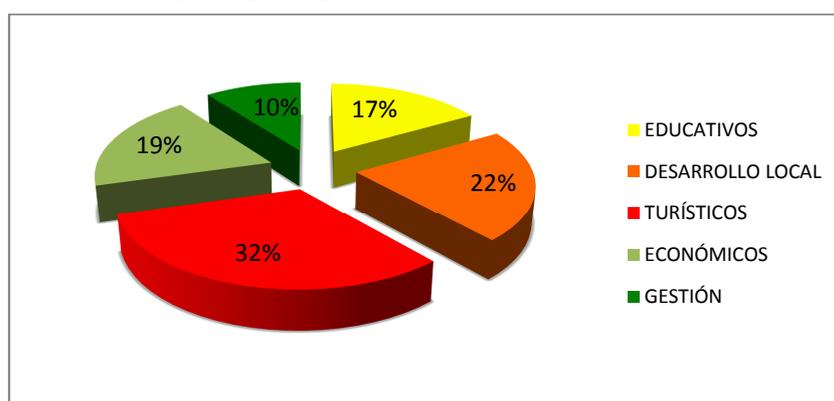
	Cultural/ etnográfico	Industrial/ sector económico	Artesanía/ productos locales	Arqueológico/ histórico	Carácter natural	TOTAL
Natural	1	2	0	6	15	24
Rural	8	9	4	6	5	32
Urbano	7	5	3	5	2	22
TOTAL	16	16	7	17	22	78

En el medio natural están localizados fundamentalmente CI relacionados con ENP y con yacimientos arqueológicos, mientras que se localizan en zonas rurales CI de carácter etnográfico, los relacionados con la producción y procesos pre-industriales, con las artesanías y con la historia local; en los espacios urbanos encontramos sobre todo CI de carácter cultural, industrial e histórico.

B. Sobre la planificación estratégica

La mayor parte de los centros se crean sin una planificación previa y sin concretar los objetivos que se persiguen (generales y específicos), por lo que en la mayor parte de los casos hemos tenido que inferir o suponer esos objetivos. Ha sido habitual que los responsables o trabajadores de los CI señalaran que no existía un único objetivo, sino que se perseguían al mismo tiempo fines educativos/divulgativos, recreativos/turístico, de desarrollo local, económicos y de gestión. Comprobamos (Figura 4) que muchos de estos centros tienen vocación turística (25), es decir aportar información para el desarrollo de un turismo respetuoso con el patrimonio; también es significativo el número de CI relacionados con el desarrollo económico y local (un total de 32 si consideramos los dos criterios juntos); en menor medida están los relacionados con la educación y gestión, que sorprendentemente son los aspectos vertebradores de una buena planificación interpretativa. Recordemos que Sam H. HAM señalaba que “*para influir en las personas para que se comporten de una forma dada tenemos que conseguir influenciar en sus creencias/convicciones sobre ese comportamiento específico*” (2008:30).

FIGURA 4
Objetivo principal de los centros de interpretación



Existe un consenso generalizado en que es necesario analizar el *perfil de los visitantes* al espacio o al recurso patrimonial y conocer sus *preferencias* antes de diseñar los contenidos y formatos de un CI²², con el fin de localizarlo en lugares poco sensibles al número esperado de visitantes y que permitan regular, ordenar y redirigir los flujos turísticos, convirtiéndose de esta forma en una herramienta básica de gestión, al respetar la capacidad de carga del lugar. En ningún caso parece que haya un estudio previo sobre los visitantes aunque en algunos casos, como los relacionados con el Camino de Santiago o de algún Espacio Natural Protegido se han tenido en cuenta informaciones facilitadas desde los municipios sobre el perfil de los visitantes, tantos los que accedían, como a los que potencialmente podrían hacerlo. En estos casos se tuvo en cuenta factores como edad, intereses, motivación, medios de transporte utilizados, temporalidad, tiempo de permanencia en el municipio, etc. Como vimos anteriormente son minoritarios los CI que priman aspectos relacionados con la gestión (10%).

Los CI deberían estar ubicados estratégicamente, para que puedan ser el primer contacto con el lugar; en caso de no estar en la entrada de los espacios patrimoniales deberían estar suficientemente señalizados para que el público visitante decida acceder a ellos. Se recomienda que los CI estén localizados en la periferia del recurso, para no interferir en el y poder distribuir mejor a los visitantes, sin embargo observamos que el 53% están localizados en el mismo lugar; en ningún caso se recomienda que estén alejados del recurso, que en nuestro caso es un porcentaje relevante (21,79%). Serán factores limitantes el estado de los accesos, la distancia respecto a los núcleos de población o zonas de alojamiento turístico, la oferta de actividades y el alcance de su divulgación. La señalización en las carreteras para informar sobre la existencia de un CI y como dirigirse hacia allí es deficiente en el 66,67% de los casos, lo que resulta ser un factor disuasor.

Teniendo en cuenta los criterios de accesibilidad definidos por Jocelyn DODD y Richard SANDELL²³, sólo haremos referencia a aspectos de accesibilidad física (seguridad, señalización y movilidad en el interior, formas de acceso y tamaño de letras) y cultural (idiomas que utilizan para dirigirse a los visitantes), con la certeza de que éste es todavía un reto pendiente; en este trabajo no se ha realizado una recogida tan exhaustiva como para que los datos sean considerados como definitivos, pero decidimos utilizarlos por su carácter ilustrativo de la realidad (Tabla 2).

TABLA 2
Localización respecto al recurso, señalización de los CI y accesibilidad

	Localiz. respecto al recurso	Señalización en las carreteras	Accesibilidad		
			Mucha/buena	Poca/suficient	Nula/nada
En la periferia del lugar a interpretar	19	Muy buena 7	Barreras Físicas 31	32	15
En el lugar	42	Buena 19	Señalización 6	34	38
Lejos/fuera del lugar a interpretar	17	Escasa 24	Acceso/transporte 34	17	27
		Mala 15	Tamaño letra 32	28	18
		Nula 13	Idiomas 23	55	

Existen muchísimas barreras físicas en los CI (80,77%), quizás porque muchos de los edificios son rehabilitados o son construcciones creadas con otros fines, que se han adaptado para recibir a los visitantes (escaleras de acceso, rampas con mucha pendiente, adoquinados y superficies

22 Los centros que acogen mayoritariamente a visitantes escolares precisan espacios para realizar talleres, charlas y actividades, características que se pueden obviar cuando la población mayoritaria son montañeros o excursionistas. Francesc X. HERNÁNDEZ (2004-39-41) desarrolla un interesante análisis de las características del recurso atendiendo a las características del público.

23 Presentan una tipología basada en 8 criterios de accesibilidad: física, sensorial, intelectual, económica, emocional, en la esfera de decisiones, de la información y cultural.

irregulares, puertas pesadas...); algunos de los edificios de nueva construcción presentan también bastantes barreras físicas, fundamentalmente por el lugar en el que han sido emplazados. Rescatar un edificio histórico con fines museográficos es en sí mismo un hecho positivo aunque suele presentar problemas de funcionalidad (Josep BALLART, 2008:122),

Respecto a la movilidad y de la señalización interna (lugares peligrosos, señales en escalones y escaleras, señalización e iluminación de determinados pasos, visibilidad de las salidas de emergencia, pasamanos, barras, disposición del mobiliario, etc.) también es bastante o muy deficiente en un 92,30% de los casos. Respecto al transporte, comprobamos que algunos están emplazados en lugares privilegiados, a los que sólo se puede acceder en vehículo propio (34, 61%, recogido en la columna de nula/nada), lo que requiere mantener los accesos, dotar de espacios para aparcar y posibilidad de llegar en servicios discrecionales (columna de poca/suficiente); a la mayoría se podría acceder en servicios públicos (43,59%).

Se cuidan los aspectos relacionados con la tipografía y legibilidad de las letras en los paneles (64,10%), aunque en muchos casos hemos comprobado una profusión de tipografías, sombras y textos sobre imágenes que dificultan enormemente la lectura. En los CI gallegos los idiomas habituales son el gallego, el castellano o los dos al mismo tiempo (esto ocurre en el 29,48% de los casos).

Aunque es importante contar con una imagen corporativa atractiva, única e identificable por los visitantes, que sintetice su personalidad (Jaume SUREDA, Francisco J. GUERRA y Margarida CASTELLS, 2008: 82), nos hemos encontrado que en muchos lugares hay una superposición de logotipos que dificultan identificar quienes son y sobre todo quien es su promotor, gestor y entidad responsable del funcionamiento. En algunos casos comprobamos que en los carteles se denomina a los CI de distinta forma; en otros mantienen imágenes corporativas que responden a otra época, pero que se siguen manteniendo con las actuales (Fotografías 1 a 6). Hay bastantes casos en los que el diseño y el cuidado de la entidad corporativa es realmente bueno (Fotografías 7).

FOTOGRAFÍAS 1 Y 2
Distintas formas de denominar al mismo centro,
con imagen corporativa diferente



FOTOGRAFÍAS 4, 5 Y 6
Distintas formas de denominar al mismo centro,
con imagen corporativa diferente

FOTOGRAFÍA 3
Distintas imágenes y diseños
para indicar un CI

FOTOGRAFÍA 7
Buen diseño y
único en el ENP



C. Sobre la exposición de los contenidos

Resulta llamativa la carencia de estudios sobre la influencia del contexto y del diseño de los CI respecto a la transmisión de contenidos. Una vez seleccionado el tópico y los temas a desarrollar es necesario crear un guión expositivo que de coherencia a la presentación. La exposición puede ser modular (desarrolla temas sin una vinculación aparente) o puede tener un guión que conduce al visitante a través de distintos centros de interés. Existen dos posturas diferenciadas frente al diseño de circuitos para visitar las exposiciones: los que defienden que debe ser el visitante quien se desplace por el espacio sin orientaciones previas y los que prefieren roponer circuitos pre-establecidos que permiten diseñar guiones temáticos ordenados que favorecen la asimilación progresiva de la información. No debemos olvidar que, sea cual fuere la opción, el diseño debe servir para *“comunicar y sistematizar conocimientos a partir de la vivencia directa y de la comprensión de los espacios patrimoniales utilizando los más diversos recursos”* (Francesc X. HERNÁNDEZ, 2004:35), sin olvidar que debe ajustarse a las expectativas y provocar también una reacción afectiva con el recurso (Gilberto CORALEJO, 2010:146).

La IP debe ser temática y, tal y como enuncia Freeman TILDEN en su segundo principio *“la información, tal cual, no es interpretación. La interpretación es revelación basada en la información, aunque son cosas completamente diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información”* (2006:36). Son escasos los CI que utilizan mensajes interpretativos y las técnicas interpretativas en la elaboración de los contenidos (14,10%) (Tabla 3).

TABLA 3
Contenidos de los Centros de Interpretación

Información	33	Interpretación apoyada en medios poco activos	7
Información apoyada en medios poco activos	34	Interpretación apoyada en medios activos y sugerentes	4

D. Sobre el diseño gráfico

En el proceso comunicativo basado en el mensaje escrito, el diseño gráfico de la exposición debe estar en función del espacio disponible, es decir, de las características de la sala, la iluminación, las posibilidades de introducir diferentes módulos y volúmenes, etc. La

ambientación de la sala es muy importante porque permite introducir al visitante de forma natural en el tema.

Respecto a la presentación de los contenidos, facilita mucho la lectura presentar la información en diferentes niveles de lectura, que permiten elegir hasta dónde quiere el visitante profundizar en el conocimiento de los distintos temas.

Se recomienda que los textos del párrafo principal no superen las 70 palabras porque las exposiciones en formato panel no son las más adecuadas para presentar gran profusión de información y datos. Es importante presentar parte de esa información de forma provocativa, utilizando ilustraciones o fotografías, gráficos, fotografías, esquemas y elementos para interactuar.

El texto de los paneles se debe estructurar en 6 niveles que se diferencian visulamente por el tamaño de letra, los colores, la distribución y el grosor (Araceli SERANTES, 2010: 184-186) (Ilustración 2):

- Nivel 1 o **título-tema**: presenta el tema o un rasgo del tema, y debe ser una oración completa (sujeto, verbo y predicado).
- Nivel 2 o **párrafo de atracción**: corto y dinámico, ahonda en algún aspecto del título que atraigan el interés del lector. Muchas personas sólo van a leer estos dos niveles de información por lo que deben aportar información relevante.
- Nivel 3 o **párrafo principal**: profundiza en el tema y que no debería superar las 70 palabras.
- Nivel 4 o **párrafo de clausura**: invita a desarrollar una acción, presenta una conclusión, provoca a la reflexión...
- Nivel 5 o **párrafos auxiliares**: facilitan de forma exhaustiva otra información complementaria.
- Nivel 6 o **créditos**: nombre de la ruta, imagen corporativa, logotipos institucionales, etc.

ILUSTRACIÓN 2

Niveles de información en un panel interpretativo (Araceli SERANTES, 2010:185)

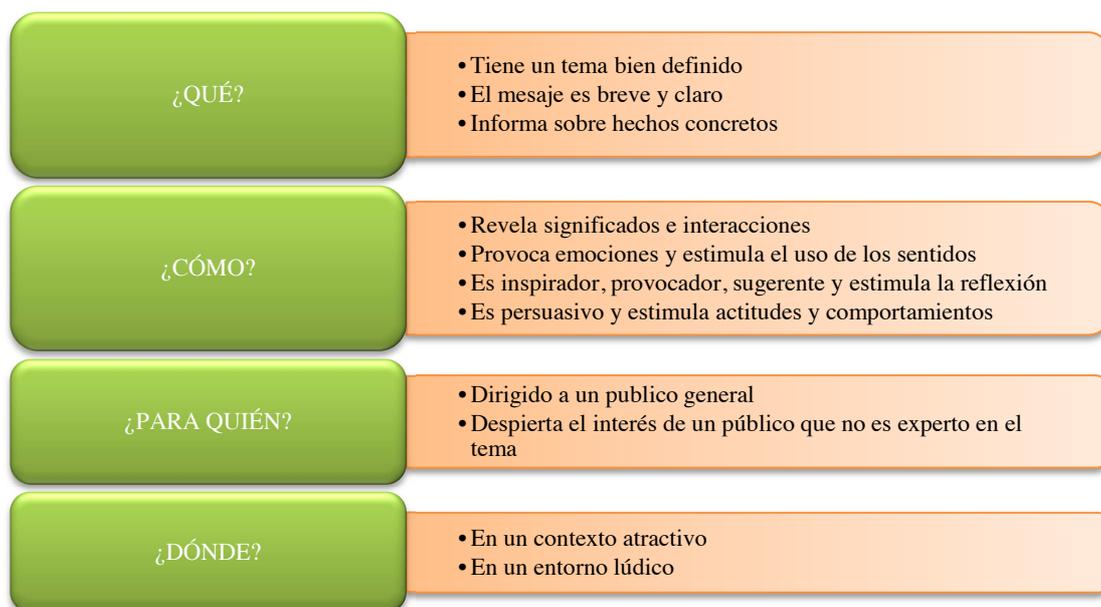


La mayor parte de los paneles sólo tienen dos niveles de información: título y párrafo principal. En muchos casos los textos sólo aportan información profusa y poco relevante sobre el tema; en estos casos se limitaron a poner en formato cartel contenidos más apropiados para una guía o un tríptico. Las ilustraciones en algunos casos no son de buena calidad, no aportan más información y a veces dificultan la lectura de los textos.

Para analizar los contenidos de los paneles nos fijamos en una serie de criterios propuestos por Jorge MORALES (2001:163) y Jaume SUREDA, Francisco J. GERRA y Margarida CASTELLS (2008:107), que reorganizamos con el fin de establecer categorías de análisis (Figura 5).

FIGURA 5

Criterios para la evaluación de los contenidos de los paneles (Basado en Jorge MORALES, 2001:163; Jaume SUREDA, Francisco J. GERRA y Margarida CASTELLS, 2008:107)



De forma genérica los carteles analizados carecen de título-tema y no desarrollan un rasgo, si no varios en el mismo panel. Los mensajes no son breves, superan las 70 palabras casi en la totalidad de los casos, y presentan simplemente información. Suelen presentar generalidades en vez de centrarse en las singularidades del recurso. Cuando tratan temas o procesos complejos no recurren a las metáforas, similitudes o comparaciones para revelar el significado de los hechos. No suelen recurrir a las sensaciones y emociones, ni estimulan el uso de los sentidos: en el caso que lo hacen suelen hacer propuestas poco significativas, prácticamente proponen juegos poco relevantes para comprender el alma del lugar. No suelen hacer recomendaciones, proponer acciones, favorecer la reflexión o pedir comportamientos que incidan positivamente en el recurso interpretado.

Entre las técnicas más habituales para facilitar la comprensión y hacer la comunicación más atractiva estarían:

- El uso de ejemplos, símiles, metáforas, analogías y comparaciones permite ir de lo familiar a lo desconocido.
- El uso de objetos reales y de reproducciones consigue que los visitantes tengan una actitud más activa; la interactividad facilita su implicación y participación.
- El uso de conceptos intangibles (ideas abstractas, procesos, creencias, valores, sentimientos... que surgen de los atributos tangibles) y conceptos universales (como amor, muerte, familia, dolor, paz, sabiduría...) que llenan de significado a los objetos y lugares.

- Usar todos los sentidos (vista, olfato, gusto y tacto) y utilizarlos de forma poco convencional. Nuestros modelos mentales son el resultado de nuestras experiencias y cuando recibimos información la codificamos en relación con la que poseemos. Para que las personas conozcan en profundidad y decidan cambiar sus hábitos es necesario que experimenten y contacten de diversas formas con el recurso.
- Mostrar gráficos e ilustraciones que simplifiquen y puedan servir de ejemplos más cercanos.
- Utilizar marionetas y disfraces, videos y cortos, recrear escenarios y situaciones, realizar exhibiciones. Invitar a la participación.
- Mostrar la causa-efecto de los hechos.
- Usar exageraciones en la escala de tiempo, de tamaño etc. Esta técnica funciona fundamentalmente con público infantil.
- No utilizar tecnicismos ni conceptos poco habituales para el público.
- Utilizar el misterio, el suspense y la sorpresa. No realizar exposiciones lineales y monótonas. Utilizar el humor y la ironía para aumentar la interacción con los visitantes
- Relacionar pasado y presente, con el fin de contribuir a los procesos de construcción de la identidad individual y colectiva, otorgando así un mayor significado al mensaje.

9.3. De las dificultades a las buenas prácticas en los Centros de Interpretación en Galicia

En la mayor parte de los casos, la localización no responde a un plan interpretativo, por lo que no están sirviendo para facilitar el manejo de los flujos de público visitante. En los que sí cumplen esta funcionalidad, pudimos comprobar que elegir el emplazamiento adecuado facilita el conocimiento e interrelación con el recurso sin ponerlo en peligro, como en el caso del Parque Arqueológico de Campo Lameiro o del Aula de la Naturaleza das Brañas de Valga (Fotografía 8).

Muchos centros están instalados en edificios de interés patrimonial que han sido rehabilitados y adaptados para este fin, con las consabidas limitaciones, difíciles de superar en algunos casos, por tratarse de edificios protegidos. Existen experiencias interesantes para salvar las barreras arquitectónicas como el CI del PN del Monte Aolia o el CI das Terras do Miño (Fotografías 9 y 10).

FOTOGRAFÍA 8
Aula da Natureza das brañas de Valga



FOTOGRAFÍAS 9 Y 10
CI del PN Monte Aloia y CI das Terras do Miño



En ningún caso la población local o una parte de la comunidad ha participado en el proceso de diseño, planificación, redacción, etc. de los contenidos del CI, por lo que la identidad cultural que se muestra es la que los diseñadores han elegido, y quizás no coincide con aquella con la que se identifica la población local. Podríamos considerar como “participación baja” o “participación difusa” aquellos casos en los que la población a prestado objetos propios para ser expuestos (utensilios de labranza, artesanías, fotografías...). Estos casos han servido para la toma de conciencia de los valores locales y una progresiva conciencia identitaria, como es el caso del CI del Patrimonio Local de Taboexa, el Centro Etnográfico de Terra de Montes, el Aula Activa do Mar o el Parque Etnográfico do Arenteiro (Fotografías 11 al 13).

Tampoco ha habido una formación especializada de cara a la profesionalización de la población local, por lo que la gestión de estos centros se realiza en algunos casos con profesionales no locales y en otros con voluntarios y personas del entorno, que suplen la carencia formativa con ingenio y pasión.

FOTOGRAFÍAS 11 AL 13

Parque Etnográfico do Arenteiro



Aula Activa do Mar



Como ya indicamos, es importante contar con una imagen corporativa atractiva y relacionada con el lugar; también hay que primar que la señalización sea clara y suficiente, y que los visitantes puedan identificarla indudablemente con el lugar que desean conocer, como es el caso del CIELGA, del CIN del PN de la Sierra del Xurés y Baixa Limia (Fotografías 14 a 16).

FOTOGRAFÍAS 14 A 16

Imagen corporativa usada en distintos recursos



Los paneles tienen excesivo texto en la mayoría de los casos, lo que disuade a muchos visitantes a leerlos; también es generalizado presentar la información en sólo dos niveles. En algunos casos se suple este exceso acompañándolos de maquetas, reproducciones, dioramas, etc. para atraer la atención, como en el Aula da Natureza do Courel, el Museo do Mar, el CI del PN del Monte Aloia o en el AN de Cabo Udra (Fotografías 17 al 19). Casos excepcionales son el AN de Toques y el CI Histórico Cultural Santa Leonor en los que las visitas son guiadas por una voz en off, y los visitantes van realizando la visita atendiendo a las sugerencias de luz, sonido y voces que marcan los tiempos; esta técnica permite que las personas contratadas como guías puedan disponer de su tiempo para organizar salidas en el exterior o realizar talleres, exhibiciones, etc.

FOTOGRAFÍAS 17 Y 18
Aula da Natureza de Moreda do Courel



FOTOGRAFÍAS 19
Museo do Mar



En muchos lugares han sabido jugar con las salas del edificio, creando espacios diferenciados, rompiendo los volúmenes para que los visitantes tengan que adentrarse y descubrir, presentando paneles con volúmenes y formas más dinámicas, como en el CIELGA, AN de Ancares, AN das Brañas de Valga (Fotografías 20 y 22).

FOTOGRAFÍA 20 Y 21
CIELGA



FOTOGRAFÍA 22
AN das Brañas de Valga



También es una buena práctica incluir módulos interactivos que permitan a los visitantes pararse más tiempo, reflexionar, tocar, mover... y observar los resultados de sus actuaciones. Sin embargo estos recursos son frágiles y a veces no están adaptados a los usos continuos a los que los someten los visitantes o, simplemente, a la afluencia masiva de éstos, por eso es frecuente ver colgado un cartel de “no funciona” (Fotografía 23). Existen numerosos ejemplos: en muchos de los centros estudiados observamos propuestas que incitan a la interactividad y a utilizar los sentidos, a través de sonidos, olores, el tacto, etc. Los más frecuentes son los que hacen preguntas a los visitantes que tienen que descubrir las respuestas a través de la manipulación de ventanas, persianas, botones o programas informáticos (Fotografía 24).

FOTOGRAFÍA 23
Módulo con cartel de “no funciona”



FOTOGRAFÍA 24
CIELGA, módulo interactivo



Como hemos indicado, nos ha parecido interesante es emplear preguntas, que llaman la atención de los visitantes e invitan a descubrir las posibles soluciones (Fotografía 24). Por último, hacer referencia a buenos ejemplos respecto a como informar a los visitantes sobre los comportamientos que se esperan de ellos: las prohibiciones directas no surgen el efecto deseado, por lo que es recomendable explicar las consecuencias de determinados comportamientos, invitando a los visitantes a que decidan como actuar (Fotografía 25).

FOTOGRAFÍA 24
CIELGA



FOTOGRAFÍA 25
CIELGA: cartel con normas



10. Conclusiones

El objetivo de la IP es provocar interés en colaborar en la conservación del recurso a las personas que visitan lugares de valor patrimonial, modificando aquellas actitudes y hábitos que pudieran perjudicar su protección. Los CI son un medio para desarrollar programas interpretativos que, en este caso, persiguen dinamizar el medio rural y apoyar estrategias de turismo responsable.

Existen numerosas iniciativas de este tipo, tanto en Galicia como en el resto de Europa, lo que supone una importante oportunidad para el desarrollo rural, al ofrecerle a los visitantes productos turísticos de calidad, adaptados a sus expectativas.

La cantidad de CI, y su distribución tan heterogénea en todo el territorio, permite realizar programas únicos que pongan en relieve los valores del territorio, per también permite la coordinación con otras iniciativas, promovindo propuestas turísticas complementarias y de mayor alcance.

Lo más difícil lo tenemos: las instalaciones. Mejorar la imagen corporativa, la señalización y los contenidos es posible sin grandes desembolsos económicos. Es preciso invertir en la

formación y estabilidad laboral de las personas que trabajan en estas instituciones. No hacerlo sería un error estratégico y un derroche difícil de justificar.

Sabemos que existe un desconocimiento muy importante por parte de los visitantes de estos recursos; también hemos comprobado que no hay estrategias de divulgación eficaces por parte de las instituciones responsables, a veces porque se trata de coororaciones locales muy pequeñas. Por todo ello, sería recomendable la creación de una red de CI que hiciese una divulgación conjunta, y que además serviría coo espacio de formación continua y de intercambio de experiencias.

Referencias bibliográficas

- Ballart, J. (2008). *Manual de Museos*, Madrid, Síntesis.
- Bellert Hernández, J.; Juan i Tresserras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*, Barcelona, Ariel.
- Brochu, L.; Merriman, T. (2004). *La interpretación personal. Concetando su audiencia con los recursos patrimoniales*, NAI-Interpress.
- Coralejo Moiteiro, G. (2010). "Turismo cultural e patrimonio. Uma reflexão em torno do tópico *da interprtção do patrimonio enquanto instrumento de valorização de bens culturais*", M^a G. Mougá Poças Santos (Org.), *Turismo cultural, territorios e identidades*, Porto, Instituto Politécnico de Leiria e Edições Afrontamento, pgs. 141-158.
- Ham, S.H. (1992). *Environmental Interpretation: A Práctical Guide for People with Big Ideas and Small Budger*, Colorado, North American Press.
- Hernández, F.X. (2004). "Didáctica e Interpretación del Patrimonio", R. Calaf y O. Fontana (coords.), *Comunicación educativa del Patrimonio: referentes, modelos yejemplos*, Gijón, Trea, págs. 35-49.
- 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, Administración de Parques Nacionales, págs. 123-134.
- Martín, M. (2000). "La interpretación como un vínculo entre patrimonio-sociedad. Reflexiones de un profano en rojo y azul", *Boletín de interpretación*, nº 3, págs. 2-4.
- 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]
- Meira, P.; Serantes, A. (2005). "Sobre cultura e cultura ambiental: os "centros de interpretación" invaden Galiza", *Interea visual*, nº 5 (setembro), pgs. 54-60.
- Mérriman, T. (2000). "Interpretación del Patrimonio como un producto de valor añadido", *El intérprete*, agosto, págs. 6-10.
- Morales, J. (2001). *Guía práctica para la Interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*, Sevilla, 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, Trea, pgs. 53-77
- Serantes Pazos, A. (2005). *Guía dos equipamentos para a Educación Ambiental na Galiza e doutras instalacións para a divulgación do Patrimonio*, A Coruña, CEIDA.
- Serantes Pazos, A. (2009). "A interpretación do Patrimonio como instrumento na xestión turística dos espazos naturais protexidos", Brígida Rocha Brito (coord.), *Desenvolvimientocomunitário: das teorias às práticas. Turismo, Ambiente e Práticas Educativas em São Tomé e Príncipe*, Lisboa, Fundação para a Ciencia e a Tecnologia, CPLP y Delta, págs. 67-76.
- Serantes Pazos, A. (2010). "A interpretación do patrimonio. Bases e recursos", C. Vales (Coord), *Manual de gestión de áreas protegidas para los países lusófonos*, A Coruña, CEIDA y Fundación Biodiversidad, pgs. 167-194.
- Sureda, J.; Guerra, F.J.; Castells, M. (2008). *Interpretación del Patrimonio. Diseño de programas de ámbito municipal*, Barcelona, UOC.
- Scottish Natural Heritage (2007). "Tan fácil como contar hasta tres. Buenas prácticas en interpretación", *Boletín de Interpretación*, nº 16, pp. 14-15.
- Tilden, F. (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*, Sevilla, 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, The Stationery Office, pgs. 11-25.