

JORNADAS DE SIERRA MORENA 2008

El patrimonio del medio rural como herramienta para la creación de nuevos productos turísticos

Baños de la Encina, Jaén

PONENCIA

LA DINAMIZACIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

Maribel Rodríguez Achútegui. Espiral, Animación de Patrimonio.

a.- ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN DINAMIZAR EL PATRIMONIO?

- a.1.- El patrimonio hoy**
- b.2.- La dinamización del patrimonio**
- c.3.- El patrimonio arqueológico**

b.- ¿CÓMO?

B.1.- Planificación previa:

- b.1.a.- Diagnóstico del elemento patrimonial y objetivos del proyecto.**
- c.1.b.- El guión: documentación, elaboración y estructura.**

B.2.- El diseño formal ¿Cómo materializamos el guión?

- b.2.a.- Sistemas personales**
- b.2.b.- Sistemas no personales**

A MODO DE INTRODUCCIÓN

Me tomo la libertad de comenzar este resumen de la ponencia con una explicación personal. Aunque mi andadura personal comenzó con la formación teórica en campos como la arqueología, la animación sociocultural, lo cierto es que desde hace más de una década mi campo profesional se desarrolla en el mundo de la práctica, realizando proyectos de dinamización del patrimonio. Fue entonces cuando descubrí la necesidad de formación específica en ese campo, pues sólo a partir de dominar una teoría y metodología de trabajo, se puede empezar a crear e imaginar proyectos interesantes.

Doy esta explicación porque durante el tiempo que estoy exponiendo en estas jornadas tocaré los conceptos que me he permitido escribir en este texto, pero cuando lo leáis, descubriréis que no será de la misma forma. En la exposición utilizaré ejemplos concretos de proyectos que sirven para ilustrar y explicar los conceptos que para mí han sido fundamentales en el desarrollo de mi trabajo. No obstante, estos casos no se incluyen en el texto, puesto que he pensado que lo que realmente puede interesaros y resultaros útil con posterioridad no es como nuestro equipo de trabajo resolvió unas visitas dinamizadas al Conjunto Arqueológico de Itálica o proyectamos Museo de la Rinconada o en Centro de Interpretación de la Prehistoria de Andalucía, sino más bien que reflexiones, conceptos y métodos nos han ayudado a encontrar las soluciones concretas en cada caso.

A.- ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN DINAMIZAR EL PATRIMONIO?

- El patrimonio es un recurso que debe llegar a toda la sociedad. Se debe ofrecer como seña de identidad que les pertenece, riqueza y desarrollo. Por esto, la comunicación de los valores de este patrimonio es algo fundamental.

“Sólo se protege lo que se conoce. Sólo se conoce lo que se valora”.

A.1.- El patrimonio hoy

- Una concepción actual del patrimonio como organismo dinámico es la de minimizar las pérdidas de estos elementos puesto que así se contribuye al desarrollo territorial a partir de recursos propios. Esto supone superar la escala del objeto y evolucionar hacia el sentido de territorio como conjunto de bienes naturales y culturales, materiales e inmateriales que deben

cumplir una misión social, puesto que su objetivo último es la calidad de vida, consecuencia del desarrollo económico y social.

- La herramienta que tenemos para cambiar esas percepciones y para convertir nuestro patrimonio en un lugar realmente vivo y activo es **la difusión o dinamización del patrimonio**. Al fin y al cabo, la sociedad defiende y da importancia a aquello que necesita y usa, por lo que el camino a seguir debe ser el de potenciar que nuestro patrimonio tenga los usos más adecuados en cada caso.

- Cuando hablamos de usar el Patrimonio, nos estamos refiriendo a una idea muy amplia de aprovechar sus potencialidades. En ocasiones estos usos son de carácter intangibles y no organizados, ya que un elemento patrimonial puede tener una importancia perfectamente reconocida por la sociedad como un elemento identitario. Así la Torre del Oro en Sevilla o el Monumento a la Fe Descubridora -conocido como "*Monumento a Colón*" popularmente- en Huelva, se han convertido en símbolos de estas ciudades, pese a no ser lugares especialmente frecuentados por sus ciudadanos. Otros tipos de usos mucho más evidentes son aquellos en los que el patrimonio es visitado, explicado o se convierte en escenario o excusa para realizar eventos. Estamos por lo tanto hablando de un abanico muy amplio de posibilidades para que el patrimonio pueda realmente potenciar el desarrollo económico, cultural y social de un territorio, pero todas ellas pasan por la necesidad de utilizar la difusión para crear un entramado de servicios dirigidos a cubrir diferentes demandas sociales.

- De una forma general podemos intentar clasificar los usos del patrimonio según sus públicos y los objetivos que se potencian, ya que para cada uno de ellos se plantean servicios diferentes. De esta forma se puede hablar fundamentalmente de usos:

- turísticos
- educativos
- sociales
- culturales.

No se trata por supuesto, de cajones estanco, puesto que lo más normal es que en muchos proyectos e iniciativas se busque abarcar diferentes públicos y objetivos. No obstante, esta división servirá a la hora de realizar una exposición más clara.

A.2.- El patrimonio arqueológico

- En patrimonio, un ámbito tan relacionado con los territorios, las formas de vidas y las singularidades del hombre es difícil realizar grandes agrupaciones. De esta forma dentro de la categoría de patrimonio arqueológico –aquellos bienes que se investigan por medio de la metodología arqueológica- podemos encontrar elementos tan dispares como un yacimiento paleolítico, en el que nos podemos encontrar trabajando a partir de una estratigrafía y útiles tallados o restos paleontológicos, a un yacimiento romano con muros –y si hay suerte algún pavimento, o un magnifico castillos medieval o incluso algún resto de la primera industrialización –estudiado por la arqueología industrial.

- Por lo tanto una de las pocas cosas que si podemos decir de todo el patrimonio arqueológico es que es imposible generalizar. Cada elemento tiene su propia personalidad y contexto lo que hace imprescindible que cada proyecto de difusión que realicemos sea único y realizado a su medida. Lo único que une a todos los proyectos es los servicios que diseñamos y que nuestro público consumirá se centran en torno a una buena comunicación del elemento en que estemos trabajando. Los que trabajamos en dinamización no hacemos sino contar historias e intentar que a través de ellas, las personas se aproximen a los significados, sentimientos y valores que el patrimonio tiene implícitos. Intentamos, por lo tanto, crear los mecanismos para que realmente sea algo cercano y forme parte de nuestra identidad.

B.- ¿CÓMO?: La planificación

b.1.- Diagnostico del elemento patrimonial y objetivos del proyecto.

- El cómo abordemos la difusión de cualquier elemento depende por completo del patrimonio que queramos contar y de nuestros objetivos. Es decir, nunca podremos acertar con el **cómo** si previamente no nos planteamos con seriedad el **para qué**. En demasiadas ocasiones nos engañamos a nosotros mismos, creando proyectos que justifican una idea previa, o lo que es lo mismo, tenemos la idea de una acción y construimos toda una argumentación que prueba su idoneidad. Así, es frecuente que en las justificaciones de la creación de un equipamiento (museo, centro de interpretación, puesta en valor de yacimientos o entornos naturales, etc.) encontremos argumentos como la dinamización de la vida cultural y social de un territorio. Lo cierto es que este tipo de acciones en sí mismas no cumplen las funciones enunciadas, a no ser que estén acompañadas de una buena programación de animación dirigida especialmente a los

intereses culturales y sociales de la comunidad. Realmente, la lógica de trabajo es justo la inversa; primero debemos saber que queremos conseguir y con posterioridad definiremos cual es la herramienta más adecuada para llegar a los objetivos. Para ello, por supuesto, es necesario realizar una labor de planificación previa que nos permita conocer cuales son nuestras necesidades, que objetivos nos plantearemos y que sistemas y acciones emprenderemos para conseguirlos. El resultado final de todos nuestros esfuerzos de planificación se debe traducir en una serie de servicios o productos gracias a los cuales nuestro público (ya sean turistas, grupos educativos o la población del entorno) podrá conocer el patrimonio de nuestro territorio.

- Estos servicios comprenden desde aspectos tan básicos como garantizar la accesibilidad (que sea posible llegar al lugar que se va a visitar, que se asegure su apertura, que existan unos horarios, etc.), procurar que la visita tenga unas comodidades mínimas (lugares de descanso, guardarropa, bebidas, aseos...); hasta otros objetivos más complejos como el de propiciar que realmente se realice un proceso de comunicación gracias al cual nuestros visitantes puedan realmente comprender y “sentir” el patrimonio que se les muestra. Y es que a veces nos olvidamos de que el patrimonio no siempre resulta fácil de entender, y por supuesto de apreciar. Lo que para nosotros tiene el atractivo de lo antiguo o lo tradicional y una gran potencia científica, para otros puede presentarse como algo incomprensible, viejo, o simplemente sin importancia. Para que realmente se produzca un encuentro entre el patrimonio y sus visitantes, es necesario que éstos cuenten con la información necesaria para poder dar el valor que tiene a lo que se visita, e incluso si damos un paso más, siempre podemos empujar a nuestros visitantes a sumergirse en un clima, a tener un proceso de inmersión en estos valores, de manera que no sólo entiendan lo que ven, sino que ese proceso intelectual se vea acompañado de otro proceso mucho más emocional. En esta línea, desde hace ya varias décadas se está imponiendo en nuestro país la **Interpretación del Patrimonio** (surge en el mundo anglosajón y tiene ya una implantación antigua en otros países europeos) como una práctica que busca transmitir estos valores de los que hemos hablado, a través del uso de todo tipo de técnicas siempre al servicio de la comunicación del patrimonio.

C.1.b.- El guión: documentación, elaboración y estructura.

- La **documentación** del guión es el primer paso a emprender para poder transmitir el bien de una manera rigurosa. En el guión únicamente se plasma una mínima parte de la

documentación consultada. Nuestra intención no es saberlo todo, sino saber dónde y cómo encontrar las respuestas.

No debemos olvidar que para que nuestro trabajo sea serio debe basarse en el rigor y la investigación científica.

Las fuentes que se habitualmente se consultan son:

- Especialistas y científicos de la materia (son los que conocen mejor los avances en la investigación que a veces es difícil encontrar por otros medios).
- Los agentes implicados en el proyecto que puedan aportarnos información (ofrecerán una información muy concreta y dentro del marco en que nos movemos).
- Fuentes impresas (bibliografía de lo general a lo específico, para contextualizar).
- Internet y otros medios (siempre con mucha prudencia).

Documentar el *contexto* es fundamental. El patrimonio es fruto de una sociedad que habita en un lugar concreto durante una época y condiciones políticas, económicas, culturales y religiosas concretas, por lo que si conocemos este contexto, disponemos de las claves para argumentar ideas y responder a posibles preguntas.

- La **elaboración** de este guión debe partir de un *objetivo* claro, para a partir de ahí elegir la *idea principal* que queremos transmitir y seleccionar los argumentos en los que apoyarla. La *idea principal* debe ser lo que de unión a todos los *argumentos* que aportemos. Para que el mensaje quede claro y sea conciso, recomendamos trabajar preferiblemente una sola línea. Estos *argumentos* van en torno a un elemento patrimonial concreto o a un grupo de ellos, del que se han seleccionado los hitos o puntos clave para desarrollarlo. Deben ser argumentos e ideas contundentes, que reviertan en mostrar el patrimonio como fruto de unas circunstancias concretas y de un territorio determinado. Hay que buscar lo especial y significativo, evitando la estandarización.

Con los contenidos seleccionados se desarrolla un *guión*, preferiblemente narrativo, donde se entremezclen datos, conceptos, citas, anécdotas, humor, etc. primando siempre lo vivencial y apoyándonos en la descripción. Racionalizar en exceso un enclave patrimonial puede restar emoción y sentimiento al lugar, por eso hay que ser cautos en la introducción de conceptos técnicos muy específicos. En resumen se trata de dar respuesta a tres cuestiones:

- ¿Qué queremos que los visitantes sientan?
- ¿Qué queremos que hagan?
- ¿Qué queremos que sepan?

C.1.c.- El diseño formal. ¿Cómo materializamos el guión?

- Esta es una pregunta de difícil respuesta, ya que en el camino de conseguir comunicar el patrimonio, hay tantas soluciones diferentes como seamos capaces de imaginar. No obstante, las técnicas o soportes en los que trabajar sí son limitados, y es en su combinación y diseño donde podremos crear enormes diferencias en el resultado final. A continuación expondremos algunos de los sistemas que se utilizan actualmente para comunicar el patrimonio. Ahora bien, no es mi intención realizar una clasificación rigurosa y pormenorizada de sistemas de presentación con todas sus variantes, sino que simplemente intento exponer de forma ordenada algunas ideas que puedan ayudar e a decidir los recursos interpretativos que más se ajustan a las necesidades de un proyecto, o a inspirar nuevos sistemas a aquellos que se enfrenten al difícil y emocionante reto de la comunicación.

Sistemas personales

Comenzaremos refiriéndonos a aquellos en los que la comunicación es personal, es decir, que se basan en la presencia de una o varias personas que actuarán de emisores de los contenidos a transmitir:

- Guías turísticos
- Guías – actores
- Guías – dinamizadores
- Recreaciones y dramatizaciones
- Demostraciones de tradiciones, manufacturas, artesanías, etc...
- Participación en labores tradicionales o formas de vida históricas

Sistemas no personales

Enunciaremos en este apartado algunos de los sistemas interpretativos que, para cumplir su objetivo de ayudar a comprender el patrimonio, se pueden utilizar:

- Folletos, mapas, guías y otros sistemas impresos.

- Señales y paneles interpretativos
- Museos y Centros de Interpretación.
- Audioguías
- Efectos de iluminación y sonido
- Escenografías y recreaciones
- Sistemas audiovisuales e informáticos

A MODO DE CONCLUSIÓN:

Cómo reflexión final, me gustaría insistir por última vez en dos cuestiones ya planteadas:

No existe una forma estandarizada para dotar de uso al patrimonio. Solamente a partir del estudio concreto que nos permita adaptarnos a cada caso con realismo y de una planificación rigurosa, podemos dar rienda suelta a nuestra creatividad para encontrar soluciones imaginativas y atractivas que nos permitan comunicar nuestro patrimonio.

No debemos olvidar nunca que, para dinamizar y difundir el patrimonio, es necesario contar historias, hacer guiones y presentarlos al público de la forma más dinámica posible. Pero sin caer en el error de que las formas acaben ocultando el fondo. Buscamos impactar, sorprender, utilizar lenguajes actuales, tecnologías, borrar la idea de que patrimonio es igual a aburrimiento y eso hace que, a veces, nuestra actuación termine por restarle protagonismo al patrimonio real o crear una experiencia artificial.

Todo lo que ideemos, diseñemos y realicemos debería estar siempre al servicio del patrimonio y de su comprensión, lo demás simplemente estorba.

Bibliografía

- Calaf Masachs, R: "Arte para todos: Miradas para enseñar y aprender el patrimonio". Gijón, 2003.
- Greffe, Xavier: "¿Es el Patrimonio un incentivo para el desarrollo?" en PH42 (Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico). Sevilla, 2003.
- Martín, Marcelo: "El espíritu de la época. Modernización o posmodernización del vínculo entre el patrimonio y los ciudadanos" en PH25 (Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico). Sevilla, 1998.
- Morales Miranda, Jorge: "Guía práctica para la interpretación del Patrimonio". Sevilla, 2001.

- Pérez Santos, Eloísa: "Estudio de visitantes en Museos. Metodología y aplicaciones. Gijón, 2000.
- Rodríguez Achútegui, Maribel: "Qué contar del patrimonio" en PH58 (Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico). Sevilla, 1996.
- Sivan, Renée: "El futuro del pasado. Es producto turístico y la conservación de los bienes culturales" en Cuadernos VII. Difusión del Patrimonio Histórico. Sevilla, 1996.
- Tilden, Freeman: "La interpretación de nuestro patrimonio". Asociación para la Interpretación de Patrimonio, 2006.
- VVAA: Monográfico "Itinerarios culturales y rutas turístico – culturales" en PH60 (Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico). Sevilla, 2006.
- VVAA: "Un proyecto de desarrollo social basado en el patrimonio cultural: Valladolid (Méjico), al otro lado del Atlántico" en *actas de VII Jornadas Andaluzas de Difusión del Patrimonio Histórico*. Sevilla, 2004.

