

PRESENTACIÓN-INTRODUCCIÓN DEL OBSERVATORIO DE
BUENAS PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN DEL PATRIMONIO

Septiembre de 2013



Autores:

CRISTINA ALFONSO SEMINARIO.
ANNA ESCARPANTER LLANDRICH
ALBERTO DE ARMAS ESTÉVEZ

Para el Seminario de Interpretación del Patrimonio y con la colaboración de todos sus miembros.

El observatorio de buenas prácticas en comunicación del patrimonio.

El observatorio de buenas prácticas en comunicación del patrimonio es un grupo de trabajo surgido en el Seminario Permanente de Interpretación del Patrimonio, del Centro Nacional de Educación Ambiental, CENEAM, dependiente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España, seminario en el que han colaborado activamente personas pertenecientes a la AIP (Asociación de Interpretación del Patrimonio)”

A continuación se expone el marco en el que se desarrolla este observatorio de buenas prácticas, cuáles son los objetivos, la metodología de trabajo, las utilidades previstas y las formas de colaborar en él.

Marco en el que se desarrolla.

El grupo de trabajo denominado “observatorio de buenas prácticas en comunicación del patrimonio” se ha desarrollado en el ámbito del Seminario de Interpretación del Patrimonio (SEMIP) que se lleva a cabo anualmente en la sede del CENEAM, en Valsain (Segovia) desde 2006, con la participación activa de muchos socios y socias de la AIP y de otras personas con experiencia en estas materias.

Este Seminario Técnico está coordinado por Ester Bueno González, del CENEAM y Alberto Jiménez Luquin, de la Sociedad de Educación Ambiental OSTADAR y de la AIP.

Objetivos.

Los objetivos generales con los que se implicó el SEMIP inicialmente fueron:

1. Crear y fomentar las líneas de investigación en IP en España, de forma que se desarrollen análisis y evaluaciones que permitan mejorar la aplicación de la disciplina tanto como herramienta de comunicación como de gestión del patrimonio.
2. Desarrollar planes formativos estructurados y reglados que faciliten la profesionalización del profesional de la Interpretación y se garantice una IP de calidad.
3. Dar a conocer la disciplina tanto a comunicadores y gestores como a los destinatarios (público visitante).

El SEMIP se organiza en grupos de trabajo, uno de los cuales es el **observatorio de buenas prácticas**, además de los que han trabajado en los temas de formación reglada, formación no reglada y desarrollo de criterios técnicos para la contratación de servicios de IP.

En general, el SEMIP se plantea objetivos a su alcance, tales como:

- a. Crear un foro de reflexión sobre la práctica en materia de Interpretación del Patrimonio (IP) como instrumento de comunicación y gestión.

- b. Promover el análisis de experiencias relevantes y representativas que puedan contribuir a establecer un diagnóstico claro de cómo se aplican los principios de la Interpretación del Patrimonio, y las tendencias más significativas.
- c. Contribuir a la definición de buenas prácticas tanto en los procesos de toma de decisión como en los trabajos técnicos de Interpretación del Patrimonio.
- d. Elaborar documentos técnicos de referencia para la buena práctica de la Interpretación del Patrimonio.

Con estos fines, el grupo de buenas prácticas desarrolla una línea de trabajo que pretende analizar lo que funciona mejor en prácticas reales y concretas de comunicación del patrimonio (al margen de que se consideren o no aplicaciones de la IP), empleando como herramienta de análisis el marco conceptual y metodológico de esta disciplina.

Es decir, su enfoque no se basa en evaluar los casos en función de si cumplen o no los requisitos interpretativos, sino en un acercamiento a lo que se hace, estableciendo un diálogo entre los que han desarrollado cada caso y los que lo analizan, para observar qué ha funcionado mejor y porqué y en qué medida podría mejorarse, empleando herramientas compartidas basadas en la metodología IP.

El grupo está coordinado por Cristina Alfonso Seminario (Navarra), Anna Escarpanter Llandrich (Cataluña) y Alberto de Armas Estévez (Canarias).

También han participado activamente en fases de su desarrollo Juan Manuel Salas Rojas y Javier Sánchez García, y puntualmente han colaborado Juan Carlos Utiel, Olga García, Ana Galdós, José María de Juan, Jorge Ruiz y Francisco Guerra (Nutri), aparte de un número de 26 personas de la AIP que respondieron a un cuestionario enviado en 2009.

En cuanto al estudio de casos, se ha contado hasta ahora con la implicación activa de Carlos de Miguel, Ester Bueno, Cristina Simó, Maribel Rodríguez Achútegui, Jorge Morales, Mercedes Martínez y Anna Ros.

Avances y elaboración de la metodología.

Inicialmente el grupo de trabajo se planteó complementar las acciones de los restantes grupos, que desarrollaban propuestas acerca de lo que se debería hacer en materias de formación, profesionalización, divulgación, y contratación de servicios interpretativos (enfoque “de dentro a afuera”), con otro que se proponía acercarse a lo que se hace en la práctica en materia de comunicación del patrimonio, analizando con una mirada amplia qué es lo que funciona y en qué aspectos puede mejorarse (enfoque “de fuera a adentro”).

Dada la complejidad de este segundo propósito, debido a la ingente y enormemente diversificada casuística existente en materia de comunicación acerca del patrimonio, en el ámbito español, se desarrolló un cuestionario para analizar perfiles de actividad, y singularizar casos que podían considerarse ejemplos significativos de una buena comunicación de valores y experiencias ligadas a la conservación y gestión del patrimonio natural y cultural. Este se promovió a través de la AIP y de la CEFAPIT (Asociación Profesional de Informadores Turísticos), si bien la respuesta de esta última fue prácticamente nula.

Pronto se abandonó cualquier propósito de alcanzar una muestra representativa, para desarrollar en cambio una metodología que permita analizar casos diversos desde la óptica interpretativa, es decir, que pueda aplicarse a cualquier caso concreto de comunicación acerca del patrimonio natural y cultural, detectando sus puntos fuertes y débiles, de acuerdo a sus propios fines y medios.

Fruto de ello ha sido el desarrollo de una batería de herramientas que puede describirse así:

Ficha básica de análisis de caso.

Cuenta con 6 apartados, organizados en dos partes:

Parte I: tipo de acción, con los apartados 1) tipo de acción y 2) contexto en el que se desarrolla y objetivos a los que responde.

Parte II: caracterización de la acción, con los apartados de caracterización 3) del servicio; 4) del público; 5) del proceso comunicativo y 6) de evaluación y resultados.

Es cumplimentada por la persona que presenta el caso (puede ser la que ha diseñado, gestiona o dinamiza la acción comunicativa). Es conveniente que además de la ficha se aporten documentos complementarios, ilustraciones, fotos, vídeos, etc., que ayuden a situarse a aquellas personas que van a intervenir en el análisis del caso, pues en general no lo conocen de primera mano.

Con esa información, las personas que analizan el caso externamente se harán preguntas y se establecerá un diálogo entre la proponente y las que lo analizan externamente (en realidad todas participan en el análisis compartido del caso).

Si es posible, conviene que el equipo comparta la visita al caso, aunque esto a menudo entraña muchas dificultades prácticas.



Cuestionario para el análisis evaluativo.

Cuenta con una batería de preguntas relacionadas con a) planificación y objetivos; b) mensaje y medios; c) sobre aplicación de la Interpretación en la comunicación (análisis del mensaje); y d) sobre evaluación y resultados.

Este segundo cuestionario sirve para profundizar en el análisis de la congruencia del caso entre lo planificado y lo realizado, sobre la coherencia del mensaje y los medios, y sobre el modo de evaluar resultados.



Recomendaciones.

Del análisis de un número determinado de casos salen una serie de conclusiones o

valoraciones que pueden plantearse como sugerencias o recomendaciones de distinto nivel:

- a) Conclusiones-recomendaciones acerca de la propia metodología, tanto para los análisis cruzados, como para una aplicación simplificada, concebida como autoevaluación.
- b) Conclusiones-sugerencias acerca del caso concreto, en función de lo analizado.
- c) Conclusiones-recomendaciones genéricas extraídas del conjunto de casos analizados.

Una versión simplificada de estas herramientas permite que puedan ser empleadas para quien quiera hacer un análisis específico de un caso concreto, o cómo guía para planificar una intervención, si bien se recomienda en lo posible efectuar el análisis cruzado, por la riqueza de matices que éste comporta.

Medidas planteadas en el último SEMIP.

Dentro del plan de Acción 2013-2016, el grupo de buenas prácticas coordina las siguientes medidas:

Medida 1: Continuación del análisis de casos ya iniciado por el grupo de trabajo correspondiente.

Medida 2: Diseño y desarrollo de una herramienta de autoevaluación de actuaciones en el campo de la IP fundamentada en la experiencia e instrumentos utilizados por el grupo de trabajo.

Medida 3: Diseño y desarrollo de un método de análisis cruzado de casos.

Medida 4: Creación de un espacio web 2.0. que pueda mostrar los distintos instrumentos de evaluación y análisis de casos y, sobre todo, facilitar su uso tanto para mejora de los mismos como para favorecer la difusión y la utilización correcta de la IP. Se trataría, en todo caso, de un espacio virtual generado por el CENEAM y/o la AIP.