



Las nuevas funcionalidades de los centros de interpretación. Un desafío para los profesionales de la comunicación

Marcelo Botto

Question/Cuestión, Nro.77, Vol.3, Abril 2024

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e867>

**Las nuevas funcionalidades de los centros de interpretación.
Un desafío para los profesionales de la comunicación**

**The new features of interpretation centers.
A challenge for communication professionals**

Marcelo Botto

Argentina

marcelobotto@yahoo.com.ar

Resumen

Los centros de Interpretación son equipamientos culturales, importados del mundo anglosajón, cuya función principal es la de comunicar y hacer comprensible un bien cultural a diversos públicos, a través de un lenguaje sencillo y ameno, mediante el uso de la exposición escenográfica, con el apoyo de elementos tecnológicos y audiovisuales para promover e incitar el descubrimiento del patrimonio.

Este tipo de instalaciones, que surgieron hacia mediados del siglo XX con la función de preservar y generar conciencia sobre recursos naturales y medioambientales, posteriormente fueron emplazados en el ingreso de reservas naturales, museos, catedrales, jardines botánicos, acuarios, zoológicos y sitios arqueológicos.

En la actualidad, la naturaleza diversa de este tipo de instalaciones le otorga una nueva funcionalidad al ajustarse a las necesidades de distintos tipos de organizaciones. En tal sentido, son considerados un recurso comunicativo estratégico, lo que deriva en la necesidad de conformar grupos interdisciplinarios para su planificación e implementación, en los que los especialistas en comunicación están llamados a cumplir un rol fundamental.

Abstract

Interpretation centers are cultural facilities, originally from the Anglo-Saxon world, designed primarily to communicate and make cultural assets understandable to diverse audiences through simple and engaging language. They utilize scenic exhibitions supported by technological and audiovisual elements to promote and encourage the discovery of heritage. Emerging around the mid-20th century with the purpose of preserving and raising awareness about natural and environmental resources, these facilities were later established at the entrances of natural reserves, museums, cathedrals, botanical gardens, aquariums, zoos, and archaeological sites.

Presently, the diverse nature of these facilities gives them a new functionality, adapting to the needs of various types of organizations. Therefore, they are considered a strategic communicative resource, necessitating the formation of interdisciplinary groups for their planning and implementation, wherein communication specialists play a pivotal role.

Palabras clave: Comunicación/cultura; centros de interpretación ; Interdisciplinariedad, patrimonio cultural.

Key words: Interpretation centers; Interpretation; Communication; Communication sciences; Interdisciplinarity.

Introducción

Los centros de interpretación pueden definirse como una acción comunicativa mediante la que se interviene un espacio físico o virtual con la finalidad de mostrar y transmitir el patrimonio; aunque también para hacer visibles los rasgos de identidad y aspectos que determinan la esencia de organizaciones de diversa índole, mediante la promoción de un conjunto de experiencias que ofrezcan al público un significado y una vivencia.

Estos espacios de comunicación tienen como antecedentes los modos de difusión de las actividades de los parques nacionales en los Estados Unidos hacia fines del siglo XIX, que luego aparecieron con fuerza en el Reino Unido a mediados del siglo XX y se popularizaron en el resto de Europa a partir de la década de 1990.

En la Argentina, en tanto, adquirieron mayor visibilidad a partir de los primeros años de este siglo mediante el impulso dado por la Administración de Parques Nacionales y, posteriormente, por Organizaciones No Gubernamentales vinculadas con la preservación de la naturaleza y el medioambiente.

Desde su etapa inicial, formaron parte de un proceso de articulación con los museos al desarrollar una tarea interpretativa antes de la realización de la visita, para preparar al público para que esté en condiciones de apreciar la importancia patrimonial de lo exhibido. A medida que obtuvieron mayor protagonismo, fueron emplazados en el ingreso de reservas naturales, museos, catedrales, jardines botánicos, acuarios, zoológicos y sitios arqueológicos.

En los últimos años, este recurso fue adoptado por diversos organismos del Estado y por instituciones que reconocen en estos centros una herramienta comunicativa adecuada para que los públicos conozcan aspectos relevantes del patrimonio cultural.

Esta apropiación es facilitada por la naturaleza diversa de estos centros al convertirse en una herramienta que puede ajustarse a las necesidades de distintos tipos de organizaciones -como universidades, clubes de fútbol y empresas- debido a que se utilizan para representar aspectos históricos, técnicos, científicos, artísticos, económicos, etnográficos, deportivos, costumbristas, de producción industrial, educativos, gastronómicos, entre muchos otros.

Su diversidad temática, por lo tanto, facilitó su multiplicación y, como consecuencia, cobró mayor relevancia el concepto de interpretación del patrimonio, entendido como un proceso de comunicación que, según el especialista Yorke Edwards, se sustenta en cuatro características sustantivas: es comunicación atractiva, ofrece una información concisa, es entregada en presencia del objeto en cuestión y su objetivo es la revelación de un significado.

La popularización de los centros de interpretación los dotó de una nueva funcionalidad al ser considerados como un recurso comunicativo estratégico, lo que deriva en la necesidad de conformar grupos interdisciplinarios para su planificación e implementación, en los que los especialistas en Comunicación están llamados a cumplir un rol fundamental.

Origen y desarrollo de los centros de interpretación

Los centros de Interpretación son equipamientos culturales, importados del mundo anglosajón, cuya función principal es la de comunicar y hacer comprensible un bien cultural a diversos públicos, a través de un lenguaje sencillo y ameno, mediante el uso de la exposición escenográfica, con el apoyo de elementos tecnológicos y audiovisuales para promover e incitar el descubrimiento del patrimonio.

La implementación de este tipo de espacios surgió a mediados del siglo XX ante la necesidad de implementar estrategias de comunicación destinadas a generar en el público visitante de los parques naturales y diversos sitios turísticos conciencia para la protección de los recursos patrimoniales.

En la práctica, estos centros representan una evolución de los primeros Espacios Naturales Protegidos creados en los Estados Unidos que tuvieron como objetivo la conservación y preservación de amplias zonas naturales que, a la vez, se constituyeron en lugares de recreación para el beneficio y disfrute de los ciudadanos.

“Desde un primer momento, el deseo de conservación materializado en la protección de terrenos naturales debía compatibilizarse con la demanda recreativa de esos espacios. Así, junto a la creación de estructuras de gestión para la acogida de visitantes (carreteras, ferrocarril, alojamiento), ya en la década de 1920 se desarrollaron en EE.UU. los primeros programas interpretativos que incluían rutas guiadas, charlas, pequeños museos y publicaciones” (Muñoz Santos y Benayas del Álamo, 2006, p. 6).

Luego de la Segunda Guerra Mundial y, principalmente, a partir de la década de 1950 la vida en sociedad experimentó transformaciones con el surgimiento de nuevas formas de consumo similares a las actuales. En tal sentido, el sociólogo francés Edgar Morin explica que en las sociedades occidentales emergen nuevas necesidades individuales vinculadas con las formas de autorrealización de las personas. Si hasta ese momento la realización personal estaba dada por el trabajo, a partir de entonces, la búsqueda de la felicidad estaría vinculada con la transformación de la vida privada, con un mayor bienestar social, con el consumo, con el aumento del tiempo libre y con la expansión del ocio.

Morin (1966) percibe que estos factores permitieron que amplios sectores de las sociedades de occidente dejaran de lado las preocupaciones ligadas a lo laboral, por lo que “la savia de la vida encuentra una nueva vitalidad fuera del trabajo, y los contenidos vividos van a refugiarse en el ocio, para acentuar aún más el movimiento general hacia la vida privada” (p. 109).

Uno de los aspectos más visibles de estas transformaciones sociales fue el aumento exponencial del turismo. Como consecuencia, los parques nacionales en los Estados Unidos se vieron desbordados al no estar en condiciones de satisfacer la demanda, por lo que el Servicio de Parques Nacionales puso en marcha un ambicioso programa -que se implementó en el transcurso de 10 años- para adquirir equipamientos, incrementar los recursos humanos y mejorar de las estructuras de gestión.

“Un producto de este programa fue el Centro de Visitantes (CV), un equipamiento concebido como una instalación multiusos con exhibiciones interpretativas, programas audiovisuales y otros servicios públicos” (Muñoz Santos y Benayas del Álamo, 2006, p. 6).

A partir de ese momento, se popularizaron los centros de interpretación como instalaciones dispuestas en museos, sitios de interés turístico; estructuras arquitectónicas de relevancia histórica, cultural y religiosa; que normalmente no disponen de objetos originales porque tienen la finalidad de revelar el sentido evidente u oculto de aquello que se pretende interpretar, a un público no especializado, para dar inicio a un proceso de descubrimiento del patrimonio.

En los últimos años, el creciente interés por la educación ambiental, la mejora de la red de espacios naturales protegidos, la preocupación y sensibilización por mostrar el patrimonio cultural y la constante demanda del público visitante redefinieron la función de los centros de interpretación.

La celebración del IV Congreso Mundial de interpretación del Patrimonio en Barcelona, en marzo de 1995, sirvió para consolidar las nuevas tendencias de la interpretación que incidieron en la planificación y puesta en marcha de los centros de interpretación durante el presente siglo.

Como consecuencia, los cambios experimentados impulsaron una nueva conceptualización de este tipo de instalaciones en cuanto a la presentación del patrimonio y su usabilidad, con nuevos recursos expositivos, dirigidos a un público masificado y heterogéneo.

Por lo tanto, a los tradicionales centros vinculados con hallazgos arqueológicos, o de edificios singulares como catedrales, museos o palacios; y a los ubicados en parques naturales o emplazamientos turísticos de relevancia se les sumaron otros de carácter inmaterial, como los vinculados con Semana Santa, carnaval y otras tradiciones arraigadas en la cultura de diversos pueblos y comunidades.

En tal sentido, los centros de interpretación potenciaron su función de reproductores de cultura, entendida como la forma privilegiada en la que se expresa la vida particular de los grupos, los usos de los objetos que simbolizan su vida material y los valores e ideas corporizados en instituciones. Por lo tanto, constituyen reservorios de mapas de significados mediante los

cuales muestran “la manera en la que las relaciones sociales de un grupo son estructuradas, modeladas, experimentadas, entendidas e interpretadas” (Hall y otros, 2014, p. 63).

Estos espacios incrementaron su relevancia al resaltar el valor del patrimonio cultural como estrategia comunicativa mediante la presentación escenográfica, con la ayuda de elementos tecnológicos y audiovisuales, para promover e incentivar el descubrimiento de lo exhibido.

Desde esta perspectiva, García Canclini (1989, p. 47) propone examinar los productos culturales como representaciones al utilizar procedimientos formales comunicativos para sugerir una perspectiva propia.

La cultura como producción, entonces, supone considerar no sólo el acto de producir si no todos los pasos de un proceso productivo: la producción, la circulación y la recepción. “Es otra manera de decir que el análisis de una cultura no puede centrarse en los objetos o bienes culturales; debe ocuparse del proceso de producción y circulación social de los objetos y de los significados que diferentes receptores les atribuyen” (García Canclini, 1989, p. 48).

Esta mirada, induce a entender a los centros de interpretación como espacios privilegiados a través de los cuales se brinda una visión global de la producción exhibida como parte de una trayectoria social integral.

Esta tarea adquiere en la actualidad un carácter interdisciplinario que se pone de manifiesto en la incorporación del estudio del patrimonio cultural en las carreras de Comunicación de diferentes universidades.

Por lo tanto, tal vez sea apropiado recurrir a la definición de los centros de interpretación que ofrecen los especialistas del Palacio Segundo Cabo (2024), al elaborar una síntesis conceptual adecuada en virtud de los fundamentos desplegados anteriormente:

Los centros de interpretación se conciben como espacios activos, participativos, de amplios alcances pedagógicos, cuyo objetivo último es calar en la conciencia colectiva significaciones culturales.

Su novedad hemos de encontrarla en la estrategia de comunicación: traduce del lenguaje técnico del experto, a la lengua cotidiana del visitante; selecciona conceptos relevantes; comprende la diferencia entre informar y comunicar; aborda fenómenos u objetos sin la necesidad de su presencia física; intenta que el visitante sienta la visita al centro como una experiencia única, un desencadenante de ideas y de provocaciones en la que, no obstante, han confluído educación, diversión y emoción.

La interpretación como concepto

El crecimiento de los centros de interpretación fue percibido como un fenómeno cultural ligado al ocio masivo que originó una nueva adaptación de los espacios museísticos existentes y la creación de otros, con el fin de que los públicos pudieran apropiarse del significado y trascendencia de bienes culturales y naturales.

De esta función deriva el concepto de interpretación del patrimonio bajo el impulso del libro publicado en 1957 por Freeman Tilden, *Interpreting our Heritage*, a la que los especialistas consideran de manera unánime como la obra que sentó las bases de la disciplina.

En su texto, Tilden definió el concepto de interpretación del patrimonio como “una actividad educativa (que posteriormente la redefinió como recreativa) que pretende revelar significados e interrelaciones a través de los objetos de los hombres entre sí y de las vinculaciones del pasado y el presente” (Izquierdo Tugas, Tresserras y Matamala Mellin, 2005, p.16).

Tilden, periodista y miembro del servicio estadounidense de parques, sentó las bases de este concepto a partir de seis criterios fundamentales:

1. La interpretación debe explicar cuestiones relacionadas con la personalidad y la experiencia del visitante.
2. La información no es interpretación; esta última es una revelación basada en la información.
3. Dentro de la interpretación tiene cabida cualquier forma de arte, ya que todas las artes permiten a la interpretación explicar el objeto a mostrar.
4. El principal objetivo de la interpretación no es la formación, sino la provocación.
5. La interpretación debe tener la capacidad de mostrar un todo y no tan solo una parte, y debe intentar dirigirse y llegar al individuo también como un todo y no sólo como una faceta.
6. La interpretación dirigida a los niños debe basarse en una aproximación distinta y no en una simplificación de la presentación a los adultos.

El público, por lo tanto, se erige como destinatario privilegiado sin el cual no tendría sentido exhibir y mostrar cualquier tipo de patrimonio. No obstante, una de las funciones de los centros es la de generar conciencia en las personas para la valoración, cuidado y conservación de los patrimonios naturales y culturales.

En tal sentido, Morales (2001) enfatiza en la necesidad de que la acción interpretativa deje una huella en el público:

A partir de un patrimonio determinado, la interpretación pretende sensibilizar al usuario y ofrecerle claves para una lectura que le permita: ver, explorar, situar, observar, analizar, comprender, sentir y revivir. Se trata en definitiva de promover un conjunto de experiencias que ofrezca al público un significado y una vivencia. La interpretación se enfrenta al frío rigor racionalista de la museología tradicional, y contrapone la búsqueda de sentimientos y sensaciones: sensibilización, pasión, emotividad y provocación (p. 34).

Por otra parte, las pautas esbozadas por Tilden y lo expresado por Morales indican con claridad que la función de un centro de interpretación es comunicar, para que el mensaje transmitido trascienda al mero hecho de la visita.

En tal sentido, la función comunicativa emerge como rasgo fundamental al estar indisolublemente asociada al concepto mismo de interpretación, entendido como la acción de interpretar, del latín *interpretare*, que significa “revelar el sentido de una cosa” (de lo expuesto).

La comunicación, por lo tanto, es la herramienta que permite alcanzar ese objetivo a través de la aplicación de diversos métodos y técnicas para transmitir de manera clara, amena, directa y breve los valores primordiales del patrimonio exhibido.

En los últimos años, cada vez más autores destacan la función comunicativa de la interpretación al entenderla como un proceso de comunicación, en forma de exposición, que se desarrolla en función del público al que va dirigido y del recurso patrimonial, utilizando las técnicas y los medios más adecuados.

Por otro lado, las comunicaciones interpretativas no consisten simplemente en presentar información, sino en la creación de una estrategia de comunicación que haga comprensible el lenguaje técnico del experto para todo tipo de personas (Moya Montoya, Espinosa Ruiz y Castro-Giménez, 2022, p. 199).

Esta interpretación es entendida como un proceso creativo de comunicación, y definida como el “arte” de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los valores del recurso patrimonial para que genere sus propios significados.

Desde un planteo básico, la interpretación es un acto de comunicación que se establece entre un emisor y un receptor que no comparten un mismo código de lenguaje, y que para entenderse necesitan la mediación de un intérprete.

En general, la interpretación es un sistema de decodificación de mensajes que tiene niveles de complejidad muy dispares y una fuerte carga de ambigüedad. “En todo caso, la interpretación siempre se traduce en un acto de comunicación. Interpretamos para dar a conocer algo, para hacerlo inteligible, y hacerlo de una manera determinada” (Izquierdo Tugas, Tresserras y Matamala Mellin, 2005, p.19).

“A pesar de que la relevancia de la comunicación en esta actividad es evidente, todavía la Interpretación del patrimonio es una disciplina emergente en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación social” (Moya Montoya, Espinosa Ruiz y Castro-Giménez, 2022, p. 196).

La interdisciplinariedad como eje rector

Los especialistas en interpretación del patrimonio Jorge Morales Miranda y Sam Ham, al analizar los tres momentos del proceso de interpretación patrimonial y cultural detallan, al mismo tiempo, la participación de profesionales de diversas áreas disciplinares.

Ambos autores sostienen que “hay una interpretación inicial, representada por el análisis científico, propio de las disciplinas que estudian el patrimonio (arqueología, ecología, antropología, entre otras). Esta primera interpretación forma parte de la metodología de diversos campos del saber, cuyos resultados y conclusiones suelen publicarse como trabajos científicos en revistas especializadas o tesis doctorales” (Morales Miranda y Sam Ham, 2008, p.4).

Estos profesionales, por lo tanto, generan el conocimiento específico para que los comunicadores lo conviertan en contenidos, más específicamente, en mensajes interpretativos. Aquí comienza la segunda etapa del proceso a partir de la tarea de comunicar el significado del patrimonio: “Traducir a un lenguaje ameno y comprensible lo que quizás sólo conozcan los especialistas y expertos acerca de determinados aspectos del patrimonio natural o cultural. Al visitante no le contamos las tesis doctorales, sino que a partir del conocimiento científico le

brindamos un mensaje atractivo, breve, claro y directo (ABCD), utilizando las técnicas y los medios más adecuados” (Morales Miranda y Sam Ham, 2008, p.4).

Por ello, la función de interpretar y difundir el patrimonio para conectarlo con el público es un trabajo colaborativo entre comunicadores, diseñadores de exposiciones, educadores ambientales, planificadores, gestores del patrimonio, museólogos, guardaparques, profesores de Educación Física, docentes, guías intérpretes, entre otros.

En el caso específico del comunicador, para que cumpla con su función de intérprete debe combinar el entendimiento del recurso con el conocimiento de la audiencia y las técnicas interpretativas adecuadas. Por lo tanto, será su responsabilidad elaborar un plan de interpretación que despierte el interés del público visitante al promover vivencias capaces de generar emoción, afectos y sensaciones, para hacer sencillo lo complejo sin perder el rigor.

En tal sentido, Morales Miranda y Ham (2008) establecen ocho puntos a tener en cuenta para la elaboración de mensajes interpretativos:

1. Deben contener elementos y atributos tangibles. Es decir, el mensaje debe identificar con claridad las características físicas y concretas del rasgo.
2. Deben contener elementos o conceptos intangibles. Se refiere a ideas abstractas incluidas en el mensaje que surgen a partir de (o relacionadas con) los atributos tangibles del recurso.
3. Debe utilizar conceptos universales. El mensaje debe contener ideas intangibles con una relevancia superior para los visitantes. Los conceptos universales expresan con más profundidad "qué representa" ese recurso para el visitante.
4. Debe crear conexiones intelectuales con el visitante. Es la oportunidad que ofrece el mensaje para que el público comprenda conceptos e ideas nuevas.
5. Debe crear conexiones emocionales con el visitante. Es la oportunidad que ofrece el mensaje para producir emociones en el público.

6. Debe estimular el pensamiento. Es la capacidad del mensaje para provocar en el visitante un pensamiento más profundo.

7. Puede infundir una actitud de custodia/respeto. Actitud que podría generar el mensaje para que el público aprecie y contribuya a la salvaguarda del recurso. Si las actitudes son positivas, es probable que los comportamientos también lo sean.

8. Debe desarrollar una idea central clara. Un tema potente que dé cohesión a los distintos aspectos tratados en el mensaje. Además, el propósito de comunicar el “tema” es estimular el pensamiento del visitante. (p. 6)

Este tipo de mensajes se estructuran en función de la ejecución de algunas técnicas interpretativas como, por ejemplo: Cuentos, citas de textos importantes, desarrollo de actividades prácticas, uso del humor, comparaciones y analogías, demostraciones, formulaciones de preguntas y respuestas, recursos audiovisuales y tecnológicos, entre muchas otras.

El tercer y último paso en el proceso de interpretación es la resignificación que realiza el público durante y después de su vivencia por el centro de interpretación. Por lo tanto, lo esencial de este proceso en su conjunto se puede sintetizar de la siguiente manera: la visión o trascendencia de lo exhibido está basada en el conocimiento científico, que va a pasar por un proceso de “traducción” para que sea comprendido por el público con la finalidad de concluir en un proceso reflexivo sobre lo expuesto.

En tal sentido, “el intérprete debe planificar las oportunidades específicas para que el público se inspire o para provocar sentimientos de asombro, pena, dolor, alegría, indignación, según convenga a su propósito. No debe perderse de vista que la técnica se selecciona en función del recurso del público y del intérprete” (Mendoza Ontiveros, Umbral Martínez, y Arévalo Moreno, 2011, p. 22).

Conclusión

La conceptualización sobre los centros de interpretación experimentó una mutación a lo largo del tiempo. En el momento del surgimiento se constituyeron en un complejo de infraestructuras para ofrecerles a los visitantes la posibilidad de disfrutar e incorporar conocimientos sobre sitios naturales de relevancia turística.

Al mismo tiempo, este tipo de instalaciones se crearon en ámbitos destinados a resaltar el valor patrimonial de lo exhibido para su conocimiento y preservación. En este sentido, los centros de interpretación fueron emplazados en catedrales, sitios arqueológicos y en museos.

A pesar de que este tipo de instalaciones se distinguen por la puesta en marcha de estrategias de comunicación que ayuden a comprender a los diversos públicos la relevancia del patrimonio a través de un proceso de interpretación, su mayor ventaja es que no contienen objetos de valor que deban ser restaurados para su cuidado y conservación.

Esta diferencia sustancial con los museos hizo que el objetivo fuese la puesta en valor del patrimonio cultural a través de herramientas de difusión específicas. De esta manera, este recurso se convierte en un proceso creativo mediante la aplicación de diversas estrategias comunicativas para conectar al visitante con los objetos y la información ofrecida y lograr un vínculo emocional con la diversidad de materiales exhibidos.

En tal sentido, la naturaleza diversa de estos centros lo transforman en una herramienta adecuada para diferentes tipos de organizaciones que tengan la necesidad de representar aspectos históricos, técnicos, científicos, artísticos, económicos, etnográficos, deportivos, costumbristas, de producción industrial, educativos, gastronómicos, entre muchos otros.

Esta particularidad, hizo que la tarea de planificación y montaje de estas instalaciones no quede circunscripta únicamente a los museólogos, sino que requiera de una variedad de profesionales de diferentes disciplinas.

Este carácter interdisciplinario representa una inmejorable oportunidad para los profesionales de la comunicación al estar capacitados para plasmar las necesidades propias de estos ámbitos mediante la elaboración de estrategias de comunicación destinadas a promover un conjunto de experiencias que ofrezcan al público un significado y una vivencia.

La tarea comunicativa, por lo tanto, se apoya en un eje rector: la de estructurar una comunicación atractiva, utilizando un lenguaje ameno y comprensible para generar un vínculo entre el contenido de lo exhibido y el público. La visita al centro, en definitiva, debe emocionar, plantear interrogantes, mostrar otras perspectivas sobre la temática central.

El proceso de comunicación, por lo tanto, debe contemplar las nuevas tendencias que conciben a los centros de interpretación como espacios activos, participativos, de amplios alcances pedagógicos, cuyo objetivo último es calar en la conciencia colectiva significaciones culturales.

En tal sentido, como afirman los especialistas del Palacio Segundo Cabo, la novedad se encuentra en la estrategia de comunicación: traduce del lenguaje técnico del experto, a la lengua cotidiana del visitante; selecciona conceptos relevantes; comprende la diferencia entre informar y comunicar; aborda fenómenos u objetos sin la necesidad de su presencia física; intenta que el visitante sienta la visita al centro como una experiencia única, un desencadenante de ideas y de provocaciones en la que confluyan educación, diversión y emoción.

Es por esto que los especialistas en comunicación están en condiciones de implementar los requerimientos fundamentales de estos centros: cumplir con la misión interpretativa de manera integral mediante la puesta en valor del lugar y colocar al público como el destinatario excluyente de todos los esfuerzos para que pueda comprender y apropiarse de la importancia del patrimonio cultural.

Referencias bibliográficas

García Canclini, N. (1989). Las culturas populares en el capitalismo. México, D.F.: Nueva Imagen.

Hall, S., y otros (2014). Subculturas, culturas y clase. En: Hall, S. y Jefferson, T. (eds.) (2014). Rituales de resistencia Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra. Madrid: Traficantes de Sueños.

Izquierdo Tugas, P., Juan Tresserras, j. y Matamala Mellin, J. (Coord). (2005). Centros de Interpretación del Patrimonio. Manual Hicira. Barcelona: Edición de Diputació de Barcelona.

Mendoza Ontiveros, M., Umbral Martínez, M. y Arévalo Moreno, M. (2011). La interpretación del patrimonio, una herramienta para el profesional del turismo. Revista El Periplo Sustentable, (20). Universidad Autónoma del Estado de México.

Morales Miranda, J. (1998). Guía Práctica para la interpretación del Patrimonio: El Arte de Acercar el Legado Natural y Cultural al Público Visitante. Andalucía: Editado por Consejería de Cultura y TRAGSA.

Morales Miranda, J. y Ham, S. (2008). ¿A qué interpretación nos referimos?. Boletín de interpretación, (19). Asociación para la interpretación del patrimonio. Recuperado de: <https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/2.2-A-que-interpretacion-nos-referimos.pdf>

Morin, E. (1966). El espíritu del tiempo. Madrid: Ed. Taurus.

Moya Montoya, J. A., Espinosa Ruíz, A. y Castro-Giménez, C. (2022). Influencias del periodismo interpretativo en la interpretación del patrimonio de Freeman Tilden”. Revista Internacional de Historia de la Comunicación, (19), pp. 195-211. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.12795/RIHC.2022.i19.11>

Muñoz Santos, M. y Benayas del Álamo, J. (2006). Avance de un estudio sobre centros de visitantes en España. Boletín de interpretación, (14). Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

Palacio Segundo Cabo (2024). ¿Qué es un centro de interpretación?. Recuperado de <http://segundocabo.ohc.cu/2020/06/08/que-es-un-centro-de-interpretacion-2/>