

Nuevos métodos para la mediación turístico-patrimonial

New methods for tourist-patrimonial mediation

Rodà Vey, Sandra.



JOURNAL

^a Consell Comarcal del Vallès Oriental, Catalonia, Spain.

sandrarodavey.90@gmail.com

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historial del artículo:

Recibido 21 febrero 2019
Aceptado 03 julio 2019
Publicado 15 julio 2019

Palabras clave:

Información, Interpretación,
Mediación, Patrimonio.

RESUMEN

¿Qué buscamos cuando visitamos nuevos lugares?, ¿Descubrir?, ¿Inspeccionar?, ¿Conocer?,... Realmente aquello que queremos es información sobre el lugar, sus costumbres, su historia, etc., pero dado que al viajar estamos en nuestro tiempo de ocio, necesitamos que esta información sea amable y entendedora. Necesitamos una información tratada y digerida, lista para ser ingerida sin apenas percatarnos. De este modo, el objetivo de este documento es identificar aquellas buenas prácticas que todo recurso de mediación debería considerar a la hora de planificar la museografía de un espacio patrimonial. La mediación humana, la museografía y las nuevas tecnologías son la puerta de entrada al mundo de la interpretación patrimonial y, a partir de ellas, se es capaz de llegar a cualquier tipo de visitante. Así pues, descubrir las mejores técnicas para satisfacer las necesidades de nuestro público más exigente es sólo cuestión de unos minutos.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 21 February 2019
Accepted 03 July 2019
Published 15 July 2019

Keywords:

Heritage, Information,
Interpretation, Mediation.

ABSTRACT

What are you looking for when visiting new places? to discover?, to look around?, to know? Actually what we want is information about that place, its culture, its history but, as we are in our free time when travelling, we need a kind and understandable information. We seek for treated and digested information, ready to be taken barely noticing. In this way, the objective of these pages is to identify those good practices that all mediation resources should consider when planning the museography of a heritage infrastructure. Human mediation, museography and new technologies are the entrance door to the world of heritage interpretation. And all of them make possible to reach to any type of visitor. So that it is just a matter of few minutes to discover the better techniques to satisfy the necessities of our most exigent audience.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, los seres humanos nos hemos caracterizado por ser los únicos seres vivos capaces de ser racionales, de ser capaces de deducir y sacar conclusiones sobre hechos o fundamentos: en otras palabras, de interpretar. Según Aristóteles, somos seres que deseamos de manera natural conocer, y para poder adquirir conocimientos, previamente necesitamos de esa interpretación. La sociedad actual: sociedad del conocimiento, de la información, cada vez tiene más acceso a datos y registros históricos pero, sin embargo, estos hechos no siempre se interpretan de la misma forma. La interpretación siempre depende tanto del emisor como del receptor de la información. Entonces, ¿es buena cualquier interpretación a la hora de adquirir nuevos conocimientos? ¿Todo el mundo percibe igual la interpretación si se encara hacia un punto de vista socio-cultural? La respuesta a ambas preguntas es no. Realmente, el concepto de interpretación, por sí solo, ya admite diferentes puntos de vista sobre un mismo tema, sin embargo, cuando se trata desde el ámbito patrimonial y sociocultural, la interpretación debe conseguir transmitir la idea más fiel a la realidad: aquella que consiga el bienestar común. Los gestores del patrimonio cultural, en este sentido tienen la responsabilidad de velar para que sus bienes materiales e inmateriales perciban el valor que les corresponde por parte de los visitantes y, por lo tanto, obtengan la interpretación más adecuada según los objetivos del centro. Por este motivo, el objetivo de este artículo es identificar un conjunto de treinta buenas prácticas que todo recurso de mediación debería considerar a la hora de planificar la museografía de un espacio patrimonial.

1.1. Interpretación del patrimonio versus mediación patrimonial

Si centramos el foco en el ámbito museográfico, los doctores Llonch y Santacana, especialistas en didáctica del patrimonio, definen museografía como aquella “actividad, disciplina o ciencia que tiene como objetivo principal las exposiciones, su diseño y ejecución, así como la adecuación e intervención de los espacios patrimoniales con la finalidad de facilitar su presentación y comprensión” (2010, p.11). Estas técnicas, dicen, son aplicables tanto a edificios o conjuntos patrimoniales, como a ciudades y grandes espacios naturales. Por lo tanto, según los especialistas, la museografía se basa en la presentación y comprensión de los espacios patrimoniales, aquello que podríamos llamar mediación patrimonial. Entonces, ¿qué diferencia existe entre mediación e interpretación? ¿Son sinónimos?

La Asociación Nacional de la Interpretación (n.a.) de los Estados Unidos (NAI, acrónimo del nombre en inglés), define el concepto interpretación como “un proceso de comunicación basado en misiones, que crea conexiones emocionales e intelectuales entre los intereses de la audiencia y el significado inherente del recurso”. Por otro lado, Freeman Tilden (1977), complementa esta definición añadiendo que el objetivo de la interpretación, como actividad educacional, es mucho más que comunicar información objetiva: es revelar significados y relaciones mediante objetos, hacer vivir experiencias o usar soporte multimedia para transmitir la información. La interpretación se encuentra en la mayor parte de objetos que acompañan elementos patrimoniales. Los ejemplos más claros se ven en los museos, como por ejemplo con la máquina de vapor del Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (mNACTEC) (Figura 1).



Figura 1. Interpretación - Máquina de Vapor mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2017).

Si hablamos entonces del concepto mediación, de acuerdo con Fernández, éste se define como aquella acción que debe resolver conflictos entre dos partes. En este caso, el mediador (persona u objeto) es la tercera parte de esta ecuación la cuál ayuda a llegar a un acuerdo entre las dos anteriores. (2003). Según el Consejo Internacional de Museos (ICOM, acrónimo del nombre en inglés) esta definición se traslada a una metodología alternativa de resolución de diferencias adaptado al campo del arte y el patrimonio cultural (ICOM, 2011).

Como ejemplo de mediación patrimonial encontramos las vitrinas expositivas de los museos y centros de interpretación, como sería el caso del British Museum de Londres (Figura 2). Éstas, presentan el patrimonio de manera atractiva para que el visitante pueda sacar sus propias conclusiones, sean o no completamente fidedignas.



Figura 2. Mediación - Jarrones Griegos British Museum. Fuente: Elaboración propia (2017).

Para diferenciar estas dos ideas, por lo tanto, se podría entender que la mediación es un intermediario que tiene como única finalidad resolver un “conflicto”, relacionado con el arte y el patrimonio, entre dos partes independientemente de su objetivo. La interpretación, por otro lado, tiene un propósito mucho más comunicativo, motivado a hacer “hablar” al patrimonio y que éste cree una relación emocional y educacional con el

visitante. Por lo tanto, vemos aquí como una interpretación requiere de un planteamiento didáctico para poder asumir este rol de actividad educacional.

Llegados a esta punto, tendría lógica deducir que la interpretación es un método de mediación del patrimonio, ya que, dentro de la mediación, se encuentran muchos elementos que sirven para interpretar. Sin embargo, el simple hecho de proporcionar mediación a un elemento patrimonial no implica que el visitante consiga la interpretación veraz del objeto. Entonces, es muy importante que todo recurso de mediación interprete correctamente los elementos patrimoniales para que todo el mundo alcance las mismas conclusiones. Así, entendemos que toda mediación debe ser capaz de interpretar el patrimonio.

Para remarcar la importancia de la finalidad educativa en la interpretación, Tilden, que inicialmente publicó sus estudios en el año 1957, ya hablaba de la interpretación como una actividad con fines educativos, involucrando el concepto experiencial y, lo que resulta más sorprendente, menciona el hecho de ilustrar las explicaciones con contenido multimedia. Esto significa que, en ese entonces, ya se tenía en cuenta la importancia de la mediación humana, de la museografía interactiva, pero sobretodo del uso de las nuevas tecnologías en la interpretación del patrimonio.

En la museografía, así como en el turismo, como ya se ha visto, la principal motivación es la puesta en valor del patrimonio de una región. Entonces, para poner en valor estos dos elementos, el factor más importante, a parte de una correcta restauración y conservación de los materiales, es su comunicación: su interpretación. ¿Cómo se debe comunicar y difundir un patrimonio para que los visitantes consigan esa interpretación emotiva de la que Tilden habla?

Como punto de referencia, para efectuar una comunicación eficaz, tanto en el mundo del turismo como en la museografía, existen tres métodos principales definidos por Coma y Sallés (2010) (Figura 3):

Recurso de Mediación	Descripción
El Guía Turístico	Persona que actúa de mediador humano entre las personas visitantes y el patrimonio. También se le puede llamar Educador de Museos.
La Museografía Fija	Elementos mediadores estáticos que se encuentran repartidos por el interior del museo, normalmente próximos a los elementos patrimoniales expuestos.
Las Nuevas Tecnologías	Gadgets y utensilios que se pueden encontrar tanto estáticos dentro de las instalaciones del museo (como museografía fija), portables dentro del recinto (como complemento a la visita), o incluso los puede traer el visitante de casa. Estos componentes, ejercen de mediador de una manera más interactiva y personalizada.

Figura 3. Tipos de recursos de mediación. Fuente: Elaboración propia a partir de (Coma & Sallés, 2010).

Sin embargo, el principal objetivo de toda comunicación patrimonial, es conseguir que los visitantes sientan emociones con el patrimonio, que sean capaces de interactuar con él y generar nuevo conocimiento. En este punto, es donde el guía turístico, la museografía fija y

las nuevas tecnologías adquieren un cargo de alta responsabilidad dentro de la mediación y la interpretación.

Por lo tanto, a continuación, se presenta un conjunto de treinta buenas prácticas, actualizadas con las propuestas más novedosas, dirigidas a todo aquél que pretenda interpretar y mediar con un elemento patrimonial. Estos consejos están clasificados según el tipo de medio que se utilice para interpretar. De este modo, diez prácticas van dirigidas al guía turístico (mediador humano), otras diez son estrategias y pautas a seguir para comunicar mediante museografía fija, y las últimas diez van destinadas a las nuevas tecnologías. La peculiaridad de este manual es que, a parte de la bibliografía, se han seguido los consejos, pautas y estrategias de diferentes profesionales del sector turístico y de la museografía como la Dra. Neus Sallés, Dra. Laia Coma, Dra. Irina Gretsova, Sr. Josep Baluja, Sr. Francesc Xavier Mignorance, Sra. Isabel Boj y Sr. Evarist March, entre otros, dentro del marco académico de la Universitat de Barcelona.

1.2. La didáctica del patrimonio y su interpretación

Antes de presentar cada una de las prácticas, sin embargo, es necesario mencionar que en turismo, así como en ámbito museográfico, el ocio y entretenimiento juegan un papel relevante, pero no como único objetivo; existe otra finalidad existencial que es la educación y culturización de la sociedad. Asimismo, no se debe olvidar que una de las principales motivaciones del turismo de un territorio y de la museografía en general es la puesta en valor del patrimonio. Aquí es donde se observa la importancia de crear un recurso didáctico, de producir un discurso que sea capaz de captar la atención del público, de motivarlo, de transmitirle nuevos conocimientos, que les permitan recuperar esta información y les anime a querer transmitir su experiencia y aprendizaje. Y este mensaje debe ir dirigido a un público muy diverso (Coma & Sallés, 2010).

Con este pretexto, existe una secuencia didáctica que pauta la ejecución de cualquier programa con finalidades didácticas.

Secuencia didáctica de Doménech (2004):

1. Captar la atención
2. Motivar al público
3. Adquirir conocimientos
4. Recuperar los conocimientos en algún momento
5. Transferir estos conocimientos

Además, según la Dra. Inmaculada Pastor, para poder desarrollar cualquier proyecto con una motivación didáctica de fondo, primero se debe plantear una serie de objetivos a alcanzar. Estos objetivos se mueven en tres ámbitos de aprendizaje: conceptual (hechos, datos, cronologías, biografías, características de estilos o épocas, etc.), procedimental (aprendizaje de técnica plásticas, elaboración o utilización de herramientas, confección de maquetas, etc.) y actitudinal (aprendizaje de valores, respeto, comprensión, tolerancia, trabajo en equipo, etc.)(Pastor, 2004).

Para ello, el discurso interpretativo debe estar siempre adaptado a los diferentes tipos de público. Como bien dicen la Dra. Laia Coma y la Dra. Neus Sallés, la función de los materiales didácticos, tanto en el ámbito formal en las escuelas, como en cualquier otro

tipo de institución, es que todo tipo de público debe ser capaz de aprender, independientemente de sus necesidades. (Coma & Sallés, 2010).

Por esto, muchas veces resulta más eficaz diferenciar los distintos tipos de público según sus perfiles psicológicos (Figura 4), ya que de ello dependerá su aprendizaje, que al fin y al cabo es el objetivo final de la interpretación.

TIPO DE VISITANTE	HABILIDAD PREDOMINANTE	NECESIDADES MUSEOGRAFICAS
Predominantemente visual	Decodificar mensajes escritos	Elementos visuales, escritura e Figura
Predominantemente auditivo	Capacidades auditivas	Módulos que estimulen el oído como puntos sonoros, audiovisuales..., o utilizar mediador cultural
Predominantemente cenestésico o cognitivo (Incluye la mayor parte del público infantil y juvenil)	Manipular, tocar, mover y en general actuar	Museografía interactiva que se pueda manipular (interactivos, pantallas táctiles, juegos interactivos).

Figura 4. Tipos de visitante según el método de aprendizaje más dominante. Fuente: Elaboración propia a partir de (Martín & Castell, 2010)

Otra bibliografía que no se debe pasar por alto para redactar este manual es la obra de Freeman Tilden, "Interpreting Our Heritage" (1977) (Figura 5). En él, el autor presenta seis principios básicos que toda interpretación patrimonial debe contener:

Nombre del Principio	Descripción
El interés principal del visitante	Cualquier interpretación que de alguna forma no relacione aquello que está siendo mostrado o descrito con la personalidad o experiencia de los visitantes será estéril.
Materia primera y su producto	Información, por sí misma, no es interpretación. Interpretación es revelación basada en la información. Pero son cosas completamente diferentes. Aun así, toda interpretación incluye información.
La historia es la cosa	La interpretación es un arte, que combina muchos otros artes, ya si los materiales presentados son científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar de alguna manera.
No instruir sino provocar	El principal propósito de la interpretación no es instruir sino provocar.
Hacia un todo perfecto	La interpretación debería presentar un todo en vez de una parte, y se debe dirigir al ser humano en su conjunto, no solo a un aspecto concreto.
Para la mente más joven	La interpretación dirigida a los niños (menores de doce años) no debería diferir de una presentación dirigida a adultos. Esta sin embargo, debería seguir un enfoque diferente. Para conseguir los mejores resultados se

necesitaría un programa separado.

Figura 5. Principios de la interpretación de Tilden. Fuente: Elaboración propia a partir de Tilden (1977).

Finalmente, es necesario mencionar los objetivos de la Carta ICOMOS para la Interpretación y Presentación de Sitios de Patrimonio Cultural, publicada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS, acrónimo del nombre en inglés) que se basan en siete principios básicos para una correcta conservación y valorización de los bienes culturales y patrimoniales: Acceso y Comprensión, Fuentes de Información, Atención al entorno y al Contexto, Preservación de la Autenticidad, Plan de Sostenibilidad, Preocupación por la Inclusión y la participación y la Importancia de la Investigación, Formación y Evaluación. Estos objetivos marcan el camino a seguir en toda interpretación patrimonial cultural (ICOMOS, 2008):

1. Facilitar la comprensión y valorización de lugares de interés patrimonial
2. Comunicar el significado de estos bienes
3. Salvaguardar los valores tangibles e intangibles de los sitios patrimoniales
4. Respetar la autenticidad del patrimonio cultural
5. Contribuir a la conservación sostenible del patrimonio cultural
6. Facilitar la participación y la inclusión social en la interpretación del patrimonio
7. Desarrollar directrices y técnicas profesionales para la interpretación y presentación del patrimonio cultural

Una vez presentadas las teorías y métodos utilizados para nutrir las treinta buenas prácticas, es hora de exponer el contenido del discurso. Durante esta recopilación, además, se irán presentando, junto con las teorías, ejemplos reales y actuales en los que se usa cada una de las buenas prácticas. De este modo, se justifica la propuesta.

2. TREINTA PROPUESTAS PARA UNA BUENA MEDIACIÓN TURÍSTICO-PATRIMONIAL

La propuesta de treinta buenas prácticas para la mediación turístico-patrimonial se estructura en tres grandes bloques definidos en el marco teórico por Coma & Sallés (2010): mediación humana, museografía o nuevas tecnologías.

A nivel general, estos tres recursos de mediación deben tener presente las siguientes pautas:

- El mediador humano: debe actuar como enseñante e informante, debe tener consciencia de que es una persona que enseña. La formación, información y formas de comunicación hacen al mediador imprescindible.
- El mediador museográfico: debe consciente de su tarea como intérprete, más que como centro expositivo. Debe potenciar al máximo su carácter de contenedor de recursos, pero al mismo tiempo utilizar todo el espacio disponible, los recursos del museo y los elementos patrimoniales de manera didáctica para conseguir superar las expectativas de los visitantes.
- Como mediador tecnológico: El factor humano debe estar por encima de las máquinas. Sí, se deben diseñar máquinas, pero siempre pensando en que debe enseñar y complementar la explicación del mediador humano. Deben jugar a favor

del mediador humano, y no en contra, recordando que la máquina está al servicio del mediador humano y al servicio del visitante.

A continuación, se proponen diez factores clave, extraídos a partir de un análisis exhaustivo de todas las teorías presentadas anteriormente, que todo mediador debería considerar a la hora de planificar la mediación. De estos diez factores, se extraerán posteriormente propuestas para mediación humana, museografía y nuevas tecnologías. Durante la planificación y elaboración de los recursos de mediación, sin embargo, nunca se debe olvidar cuáles son los objetivos de la interpretación: qué es aquello que realmente se quiere transmitir.

Los diez factores clave con los que partimos son:

1. Participación
2. Diversidad de públicos
3. Actualidad
4. Observación
5. Empatía
6. Contextualización
7. Explicar el porqué
8. Vivir experiencias
9. Fuentes primarias
10. Material complementario

2.1. Participación

Como menciona Tilden (1977) participar es esencial a la hora de interpretar. La mediación debe dar la oportunidad al intérprete de interactuar con el recurso e interpretarlo por sí mismo. Los visitantes deben poder interpretar los recursos mediante una interacción con ellos. Por lo tanto, tanto la mediación humana, como la museografía y las nuevas tecnologías deben incorporar esta práctica en su guion expositivo. Sin embargo, el uso de la interactividad es bueno para la interpretación, pero ésta no debe ser puramente interactiva. La situación ideal sería mezclar y encontrar un equilibrio entre poco-demasiado estímulo, ya que poco estímulo aburre, pero demasiado estímulo distrae, y ambas son situaciones que se deben evitar en estos casos.

En la Figura 7 que se presenta a continuación se muestra más detalladamente:

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
La forma convencional de participación mediante mediación humana es hacer preguntas a los visitantes. Con ello el mediador debe ser capaz de incitar a descubrir y debe hacerles ver a los visitantes que todas las respuestas que puedan dar son interesantes.	En un museo prehistórico, poner a disposición del guía un conjunto de cráneos humanos para que los visitantes intenten adivinar la edad de cada uno de los huesos.
Museografía:	

<p>Incorporar museografía interactiva. Actualmente existen quince sistemas museográficos definidos como museografía interactiva. Estos se pueden incorporar a los centros para que el visitante pueda interactuar con los elementos.</p> <p>Para saber más información sobre este tipo de museografía, consultar el manual de museografía interactiva (Martín & Castell, 2010).</p>	<p>En el mNACTEC, muchos de los elementos patrimoniales tienen la posibilidad de ser activados mediante una palanca (Figura 6).</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Figura 6. Participación - Museografía interactiva – Molino mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2018).

Nuevas Tecnologías:

<p>Usar gamificación. Este método es un recurso que aporta motivación y capta perfectamente la atención de los participantes y, al mismo tiempo, es capaz de cubrir también las necesidades de aprendizaje, de recuperación de conocimientos y de transferencia de información, llegando así a todas las fases de la secuencia didáctica de (Doménech, 2004).</p>	<p>La app GeoAumentaty, tiene la opción de programar el modo Yinkana donde los puntos de interés aparecen a medida que se avanza.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 7. Prácticas para la Participación. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.2. Diversidad de públicos

En el mundo no existen dos personas iguales, todas tienen necesidades diferentes y todas ellas deben ser satisfechas por igual. Entonces, los programas interpretativos deben estar adaptados a cada una de estas necesidades con las que se encuentran los centros de interpretación. Por este motivo, el segundo punto propone diversas prácticas centradas en la diversidad de públicos, clasificándolos según la división de edad presentada por Pastor (2004) y según la teoría del método de aprendizaje predominante presentada por Martín & Castell (2010) (ver Figura 8):

Edades	Aprendizaje predominante
Escolares / Público infantil	En caso de diferenciar el público por

Es necesario orientar los contenidos de manera horizontal o sincrónica, (focalizándose en esas características de una época, un estilo o autor concreto). Este público es capaz de mantener la atención alrededor de unos treinta minutos.	método de aprendizaje es importante incluir en todos los discursos recursos destinados a visitantes predominantemente visuales, predominantemente auditivos y predominantemente cenestésico, ya que probablemente entre todo el público haya un número considerable de cada uno de los tres perfiles.
Adultos / Jóvenes Adultos / Jubilados	
Los contenidos deben estar orientados de manera vertical o diacrónica (en este caso, se hace un seguimiento de la evolución de un determinado aspecto a lo largo del tiempo). Este público consigue mantener la atención por un período de cuarenta y cinco minutos.	

Figura 8. Características generales tipos de público. Fuente: Elaboración propia a partir de Pastor(2004).

Según estas características es conveniente que durante el tiempo máximo de atención del visitante (ver Figura 8), se realice la visita completa, con la presentación, el desarrollo y las conclusiones de la materia en cuestión. De ahí el principio de Tilden (1977) el cuál suscita que se debe presentar todo el contenido del discurso, y no sólo una parte. O como dice la Dra. Inmaculada Pastor (2004) para que el público no se fatigue y pierda el interés se debe escoger una temática concreta y limitar el número de piezas de la exposición.

Así pues, las prácticas propuestas según el tipo de mediación, considerando el factor Diversidad de públicos son (ver Figura 12):

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
El mediador debe tener un perfil psicológico concreto. Según Tilden, éste debe ser capaz de adaptar el discurso a cualquier tipo de visitante.	Un ejemplo sería el caso de un naturalista capaz de transmitir a un hombre ciego la espectacular esencia del Crater Lake, en Oregon (EUA) (Tilden, 1977).
Edades	
Escolares:	
Una técnica útil para el público escolar y grupos grandes es hacer que se sienten en el suelo (Figura 9).	
Adultos:	
El mediador debe estar atento a qué perfil de adulto predomina en el grupo para seleccionar el contenido que pueda interesar a la mayoría.	
Jubilados:	
Resulta muy útil que expliquen sus propias experiencias, ya que les motiva a participar y además es enriquecedor para el resto.	
Método de aprendizaje predominante	
Predominantemente visual:	
Ilustrar siempre la explicación con los elementos patrimoniales, si puede ser, y sino con fotografías.	
Predominantemente auditivo:	
En este caso, el simple hecho de realizar una explicación oral ya motiva a este tipo de público.	

Predominantemente cenestésico:	
En este caso es muy importante que el mediador integre el entorno como parte del discurso.	
	
<p>Figura 9. Diversidad de públicos – Mediación humana - Munich. Fuente: Elaboración propia (2015)</p>	
Museografía:	
Es necesario plantear bien los objetivos didácticos de la exposición antes de construirla.	Las exposiciones del mNACTEC tienen un orden preestablecido y están bien señalizadas.
Edades	
Escolares:	
Los escolares deben poder ver en el museo conceptos que han aprendido previamente en clase, que puedan ver cómo funciona.	
Adultos:	
Para este público es imprescindible que haya una señalización que les guíe por el recorrido. Es un público con poco tiempo y, sin esa señalización, puede encontrarse perdido y no llegar a interpretar correctamente las exposiciones (Figura 10).	
Jubilados:	
Es muy importante que existan zonas de descanso y meditación. Además, en caso de haber escaleras, debe estar habilitado para personas con movilidad reducida (Figura 10).	
Método de aprendizaje predominante	
Predominantemente visual:	
La museografía debe incorporar elementos visuales, escritura e imágenes.	
Predominantemente auditivo:	
Los módulos deben estimular el oído como puntos sonoros o audiovisuales, o realizar visitas guiadas mediante mediador cultural.	
Predominantemente cenestésico:	
La museografía debe ser manipulable, que se pueda tocar, mover y en general interactuar.	



Figura 10. Diversidad de públicos – Museografía – señalización mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2017).

Nuevas Tecnologías:	
El recurso tecnológico siempre complementa la interpretación, pero nunca es la interpretación en sí.	Como ejemplo, las recreaciones del Centre Cultural del Born muestran la evolución de la zona de la Ciutadella de Barcelona a lo largo de cierto tiempo.
Edades	
Escolares:	
Se puede desarrollar alguna aplicación o herramienta web que permita a las escuelas continuar el trabajo del museo desde las aulas o desde casa.	
Adultos:	
Para el público adulto, resulta atractivo poder hacer uso de sus propios <i>gadgets</i> para interpretar el patrimonio. Quizás descargar un app que les acompañe durante el recorrido, como en el caso del Museo del Prado de Madrid, o del Louvre en París.	
Jubilados:	
En este último caso es necesario usar tecnología muy intuitiva y reactiva, ya que este público no se impresiona fácilmente con las nuevas tecnologías, básicamente porque les es más difícil de entender.	
Método de aprendizaje predominante	
Predominantemente visual:	
Este público se contenta con texto e ilustraciones, y con las nuevas tecnologías se pueden implementar imágenes en movimiento.	
Predominantemente auditivo:	
Actualmente se han desarrollado nuevas tecnologías que se pueden aplicar al ámbito auditivo de la museografía, como son las campanas de sonido que encontramos en el mNACTEC (Figura 11).	
Predominantemente cenestésico:	
Para este público es muy útil usar interactivos, pantallas táctiles o juegos.	



Figura 11. Diversidad de públicos – Nuevas tecnologías – campanas de sonido mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2017).

Figura 12: Prácticas para la Diversidad de Públicos. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.3. Actualidad

Hoy en día, gracias a las nuevas tecnologías, la información es capaz de viajar a velocidades muy altas. Este hecho nos permite estar al corriente de los sucesos más actuales pero, al mismo tiempo, hace que cualquier información estática quede obsoleta en muy poco tiempo. Así que, con este factor clave, se quiere recalcar la especial importancia de estar actualizado (ver Figura 15).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
Todo mediador debe ir adaptando el discurso según los nuevos acontecimientos sociales. Este proceso hará que el participante esté más atento y le resulte más interesante la explicación, ya que relacionará la historia con su vida actual.	En una visita guiada por el centro de Berlín, recordar los sucesos que motivaron a la caída del muro en el veinticinco aniversario de su derrumbe (Figura 13).



Figura 13. Actualidad - Mediación Humana - Muro de Berlín. Fuente: Elaboración propia (2015).

Museografía:

La museografía, sin embargo, necesita actualizar las exposiciones más que el discurso. Por este motivo, es importante crear exposiciones dinámicas, que su actualización no suponga costes muy elevados.

En la exposición de ordenadores del mNACTEC, en el momento en que aparece un nuevo modelo al mercado, es importante añadirlo a la exposición (Figura 14).



Figura 14. Actualidad - Museografía - Ordenadores mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2017).

Nuevas Tecnologías:

Para las nuevas tecnologías, estar actualizado es esencial tanto en contenido como en software.

La aplicación recomendada en el punto 1: *Participación* (GeoAumentaty) no está actualizada para los nuevos dispositivos iOS, por lo tanto es un problema que deben solucionar para acatar el punto 2.3. Actualidad.

Figura 15. Prácticas para la Actualidad. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.4. Observación

¿Cómo reacciona el público ante los estímulos? Todo mediador debe estar atento a cómo evolucionan los participantes y el entorno a lo largo de la visita. En el interior de un museo esta evolución es más previsible pero, si se trabaja en el exterior, ésta puede cambiar muy rápidamente, por lo que el mediador debe estar preparado para sobrellevar cualquier situación y adaptarse rápido a los cambios (ver Figura 18).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
<p>Es el tipo de mediación más usual cuando se visitan ciudades, que son los escenarios más imprevisibles. Para el mediador humano, es muy importante observar a los visitantes y al entorno. Por ejemplo, si el público se muestra aprensivo al explicar alguna historia, es mejor redirigir la explicación. Si estos muestran signos de aburrimiento, de debe volver a despertar su interés. Además, el mediador también tiene que adaptarse al entorno: en ciudades muy cálidas buscar sitios con sombra o, en sitios muy concurridos, utilizar reproductores con auriculares para que todos los asistentes puedan escuchar la explicación.</p>	<p>Los guías turísticos de Roma utilizan aparatos reproductores con auriculares para que todos los participantes puedan escuchar bien la explicación (Figura 16).</p>
 <p data-bbox="333 1552 1260 1581">Figura 16. Observación - Mediación humana – Coliseo. Fuente: Elaboración propia (2014).</p>	
Museografía:	
<p>En los museos es interesante observar cómo reacciona el público a las diferentes propuestas museográficas y comprobar que todos los módulos funcionan correctamente.</p>	<p>Si al visitar el Madame Tussauds el público visitante debe agacharse para hacerse una fotografía con Will Smith, quizás resultaría más cómodo poner un banco a su lado.</p>
Nuevas Tecnologías:	
<p>Se pueden utilizar las nuevas tecnologías para observar el recorrido de los visitantes. Con geolocalización se pueden conocer aquellos puntos donde el público invierte más tiempo, o</p>	<p>En el Museo del Prado de Madrid utilizan estos dispositivos para complementar la interpretación de las exposiciones.</p>

<p>quizás saber qué pieza tiene más éxito. De este modo, se puede mejorar la gestión de los visitantes y las aglomeraciones (Figura 17).</p>	
<div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Figura 17. Observación - Nuevas tecnologías – Beacons. Fuente: UOC (Sánchez-Juárez, 2016)</p>	

Figura 18. Prácticas para la Observación. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.5. Empatía

Revivir experiencias propias, de antepasados, de conocidos o incluso de personajes históricos, motiva a los participantes. El hecho de empatizar con el visitante transmite positivismo, vivencias, recuerdos que permiten aprender con mayor facilidad. En este punto se debate la razón vs. la emoción. Relacionar, evocar recuerdos, crear un vínculo entre el patrimonio y el visitante hace de la interpretación un reto apasionante para el visitante y el intérprete (ver Figura 21).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
<p>Una manera muy usual es hacer referencias a las diferentes nacionalidades del público. Sin embargo, el mejor ejemplo para trabajar la empatía en la mediación humana es hacer que el participante sea el protagonista.</p>	<p>Al llegar a la Fontana di Trevi el intérprete debe conseguir que todos los visitantes echen su moneda de espaldas a la fuente, con la mano derecha cruzada, para que dé suerte. (Figura 19).</p>



Figura 19. Empatizar - Mediación humana - Fontana di Trevi. Fuente: Elaboración propia (2014).

Museografía:

Con los recursos museográficos, se pueden llegar a crear escenarios dónde los propios visitantes puedan participar.

Los estudios de Warner Bros. dónde, para los amantes de la mítica serie Friends, ofrecen la oportunidad de unirse a la pandilla, reviviendo las escenas que se rodaron en el Central Perk (Figura 20).



Figura 20. Empatizar - Museografía - Central Perk. Fuente: Elaboración propia (2014).

Nuevas Tecnologías:

Este apartado puede desarrollarse mediante realidad aumentada, la cual permite al visitante ver, en un sitio real, imágenes, textos, videos, etc. referentes a ese mismo lugar en el pasado.

Los ejemplos más claros de realidad aumentada se encuentran en los museos de arte, pero sin duda, unos de los más impresionantes son los Museos Trick Eye en Korea, Singapore y Mexico.

Figura 21. Prácticas para la Empatía. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.6. Contextualización

Una de las partes más importantes del proceso de aprendizaje es la recuperación y transmisión de conocimientos. Esta fase especifica que para poder consolidar la

información que se ha aprendido es necesario poder relacionarla con otros conceptos anteriormente adquiridos (Doménech, 2004). Por lo tanto, según esta teoría, es esencial vincular la información expuesta con hechos relacionados, es decir, contextualizar (ver Figura 24).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
<p>En la mediación humana, un buen método son las teatralizaciones, representaciones humanas de aquellos eventos que sucedieron entorno al elemento patrimonial.</p>	<p>En el “Pueblo Fantasma de Calico”, se pueden ver personajes que se retan a un duelo delante de todos los visitantes (Figura 22).</p>
 <p data-bbox="312 1151 1281 1182">Figura 22. Contextualización - Mediación humana – Calico. Fuente: Elaboración propia (2014).</p>	
Museografía:	
<p>En un contexto museístico es muy útil hacer módulos museográficos a modo escaparate dónde se sitúen todos los elementos dentro de un escenario.</p>	<p>En la exposición Homo Faber de mNACTEC, tienen un módulo que representa el interior del taller de un sastre (Figura 23).</p>
 <p data-bbox="292 1935 1302 1966">Figura 23. Contextualización - Museografía - Sastre mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2017).</p>	
Nuevas Tecnologías:	

<p>La contextualización con las nuevas tecnologías es muy fácil de aplicar gracias a la realidad virtual, que permite crear un entorno “ficticio” o virtual, que ilustre el contexto del elemento patrimonial.</p>	<p>La exposición Zone of Hope sobre el cambio climático está basada únicamente en esta tecnología.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 24. Prácticas para la Contextualización. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.7. Explicar el porqué

Como seres humanos y racionales nos encanta reflexionar, analizar, descubrir. Esto nos permite recordar aquello que hemos aprendido y recuperarlo más tarde. Para ello, se debe provocar al público para que se haga preguntas (ver Figura 27).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
<p>Este punto es uno de los más sencillos de explicar pero más difíciles de elaborar. Simplemente, el intérprete debe ser capaz de explicar por qué un elemento es digno de visita. Encontrar qué interés puede despertar al visitante y qué preguntas puede suscitarle.</p>	<p>En el Checkpoint Charlie de Berlín, el mediador explica cómo es posible que, en plena ciudad de Berlín, se esté pisando suelo estadounidense (Figura 25).</p>

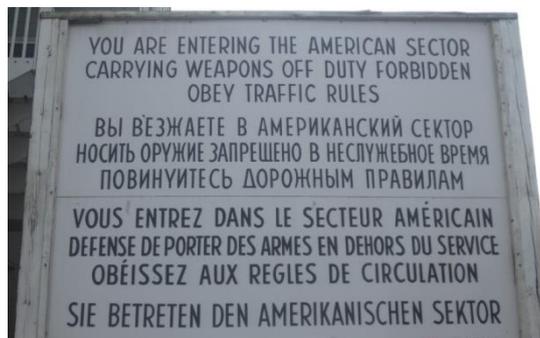


Figura 25. Explicar el porqué - Mediación humana - Checkpoint Charlie. Fuente: Elaboración propia (2015).

Museografía:	
<p>En este otro caso, el centro puede tener recursos que expliquen la razón de ser de algunos elementos, que planteen preguntas a los visitantes o incluso que les dejen inspeccionar los motivos de diversos sucesos.</p>	<p>En el Parque Nacional de Yosemite, hay una sequoia gigante caída, en la que las raíces están al alcance de los visitantes. Para expertos en la materia, este detalle puede permitirles inspeccionar las raíces de este árbol tan característico (Figura 26).</p>



Figura 26. Explicar el por qué - Museografía – Sequoia. Fuente: Elaboración propia (2014).

Nuevas Tecnologías:	
Este recurso se puede complementar mediante una recreación en <i>video mapping</i> , que puede explicar in situ la historia de ciertos elementos patrimoniales.	En la iglesia de Sant Climent de Taüll, hay una representación del estado original del interior de la iglesia, la cual responde a muchas de las preguntas que se les puede suscitar a los visitantes.

Figura 27. Prácticas para la Explicar el Porqué. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.8. Vivir experiencias

Vivir experiencias parece que se haya convertido en un *must* de toda mediación patrimonial. Aparentemente, se hace difícil pensar en una visita patrimonial fructífera sin una experiencia capaz de captar el interés y mantener la motivación de los visitantes (ver Figura 30).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
Para conseguir una mediación humana experiencial, la Dra. Inmaculada Pastor explica que es necesario tener un contenido diverso, donde destaquen los elementos más lúdicos y menos académicos relacionados con la vida cotidiana y los intereses de cada grupo destinatario, sin perder de vista esa vertiente técnico y profesional de la explicación (Pastor, 2004).	Al visitar Roma, los integrantes del grupo tienen la oportunidad de beber agua de las fuentes públicas al “estilo romano”, sintiéndose como un residente más (Figura 28).



Figura 28. Vivir Experiencias - Mediación humana - Fuentes de Roma. Fuente: Elaboración propia (2014).

Museografía:

En el ámbito de la museografía, cada vez resulta más sencillo implementar la experiencia dentro del recorrido. El olor, el movimiento, la luz, los colores, son factores decisivos a la hora de generar emociones y los museos, como centros mediadores, deben aprovechar al máximo estos recursos que no implican inversiones elevadas y que provocan un retorno muy elevado.

Vestirse de cocinero y terminar una visita guiada al museo del chocolate haciendo un taller con chocolate, poder realizar tu propio mojito después de visitar la fábrica de Bacardí, pero sin duda, una de las experiencias más emocionantes con las que un fan de Harry Potter puede encontrarse, está en los estudios de Warner Bros. dónde el sombrero seleccionador “lee la mente” a los visitantes y les asigna una de las cuatro casas del colegio de Hogwarts.

Nuevas Tecnologías:

Las nuevas tecnologías se pueden utilizar para hacer vivir experiencias inolvidables a los visitantes. La tecnología puede ser visible o no para el público, pero desde luego, cuando más invisible es, más impacto le produce al visitante.

En el Universal Studios, se puede sentir de primera mano cómo una estación de metro de San Francisco sufre un terremoto y un tsunami. Este ejemplo es muy ilustrativo para este caso, ya que los estudios consiguen que el visitante viva la experiencia de manera tan real como si estuviese en el lugar de los hechos (Figura 29).



Figura 29. Vivir experiencias - Nuevas tecnologías - Universal Studios. Fuente: Elaboración propia (2014).

Figura 30. Prácticas para Vivir Experiencias. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.9. Fuentes primarias

Todo mediador debe tener un contenido fidedigno sobre el que trabajar. Idealmente, éste debe tener discreción científica e intelectual, es decir, usar un mínimo vocabulario especializado, pero procurando que el público general sea capaz de entenderlo (ver Figura 33).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
<p>El intérprete debe estar muy documentado, tener un máximo conocimiento sobre el patrimonio y su entorno, y ser capaz de verificar la información en caso necesario. “Una investigación cuidadosa es la base del arte del intérprete” (Tilden, 1977).</p>	<p>En el <i>Walking Tour</i> de Los Angeles, el guía lleva un soporte papel para que, en caso necesario, pueda consultar información. En la fotografía (Figura 31), se puede ver el monumento que representa el tamaño real de las letras de Hollywood. Esta información sale detallada en la guía de Lonely Planet del estado de California.</p>
	
<p>Figura 31. Fuentes primarias - Mediación humana - Letras Hollywood. Fuente: Elaboración propia (2014).</p>	
Museografía:	
<p>El museo debe tener suficientes recursos como para corroborar toda su información. Éste debe trabajar con información veraz y actualizada.</p>	<p>El mNACTEC, en el interior del museo, el visitante puede verificar toda la información expuesta en las salas en su centro de recursos (Figura 32).</p>



Figura 32. Fuentes primarias - Museografía – exposición mNACTEC. Fuente: Elaboración propia (2017).

Nuevas Tecnologías:	
Con internet, el mundo académico se ha vuelto mucho más accesible, por lo tanto es más fácil acceder a la información. Sin embargo, ha aparecido mucha fuente secundaria, terciaria, cuaternaria, etc. que puede estar distorsionada. Por este motivo, cuanto más fiable sea la información mejor.	En el ámbito de la mediación cultural, existen los catálogos on-line de los museos, que permiten acceder a las piezas y observarlas desde casa.

Figura 33. Prácticas para Fuentes Primarias. Fuente: Elaboración propia (2019).

2.10. Material complementario

Este punto, si se elabora correctamente, permite recuperar el conocimiento y los visitantes se lo puedan llevar a casa para transmitirlo más adelante. De este modo, el visitante puede seguir en contacto con el museo antes y después de su visita (ver Figura 36).

Práctica	Ejemplo
Mediación Humana:	
Para la mediación humana, lo ideal sería elaborar material directo y práctico que complemente la explicación (tener muy claro qué objetivo tenemos y qué queremos sacar con ese material).	Un ejemplo serían las maletas didácticas como las que se encuentran en el Centre Cultural el Born, que permiten trabajar los diferentes elementos patrimoniales de manera práctica y educativa.
Museografía:	
En el ámbito museográfico, se pueden plantear actividades didácticas a disposición de los visitantes, que incluyan tanto actividades de tipo comprensivo, orientadas a ayudar al visitante en la interpretación personal del objeto; o las de tipo expresivo, destinadas a ofrecer al mismo la oportunidad de expresarse de	Como ejemplo, existen los cuadernos didácticos del mNACTEC (Figura 34).

múltiples formas (plásticas, teatrales, verbales, escritas, corporales, musicales, etc.).



Figura 34. Material complementario - Museografía - Cuaderno didáctico. Fuente: mNACTEC (2017).

Nuevas Tecnologías:

La tecnología en sí ya es un material complementario de la visita. Las tecnologías, como ya se ha mencionado, se usan como complemento para facilitar la interpretación.

El complemento más común, en las nuevas tecnologías, es el dispositivo móvil, que además de ser utilizado dentro de las instalaciones del museo, permite mantener contacto antes o después de la visita. Es uno de los dispositivos más útiles y con mayor potencial para el sector museográfico (Figura 35).



Figura 35. Material complementario - Nuevas tecnologías - Dispositivo móvil. Fuente: Elaboración propia (2018).

Figura 36. Prácticas para Material Complementario. Fuente: Elaboración propia (2019).

A modo resumen, el manual de 30 buenas prácticas quedaría como se ve en la Figura 37:

	Factor Clave	Mediador Humano	Museografía	Nuevas Tecnologías
1.	Participación	Hacer preguntas, incitar a descubrir.	Museografía interactiva.	Gamificación.
2.	Diversidad de públicos. Adaptar el contenido y el tiempo de visita.	Sentar al público en el suelo, definir el perfil de público y que colabore en el discurso. Ilustrar la explicación y utilizar el entorno.	Mostrar conceptos fácilmente reconocibles, buena señalización, tener zonas de descanso. Tener estímulos visuales, sonoros y táctiles.	Visita remota, usar gadgets de los visitantes y tecnología intuitiva y reactiva. Mostrar imágenes en movimiento, campanas de sonido y pantallas táctiles.
3.	Actualidad	Adaptar el discurso a la información actual.	Actualizar las exposiciones.	Tener software actualizado.
4.	Observación	Observar al visitante y su interacción con el entorno.	Observar la reacción del público y el estado de la museografía.	Observar el comportamiento del visitante dentro del recorrido.
5.	Empatía	Hacer protagonista al participante.	Crear escenarios participativos.	Usar realidad aumentada.
6.	Contextualización	Teatralizaciones.	Crear módulos escaparate.	Usar realidad virtual.
7.	Explicar el porqué	Averiguar qué interés puede tener el visitante en un tema concreto.	Usar recursos museográficos que se puedan inspeccionar.	Usar video mapping.
8.	Vivir experiencias	Relacionar el contenido con la vida cotidiana manteniendo la vertiente técnica.	Utilizar el elementos manipulables, olfativos, luminosos, etc.	Usar tecnología invisible para el visitante.
9.	Fuentes primarias	Estar documentado.	Usar información veraz y documentada.	Usar internet con cautela verificando la fuente de información.
10.	Material complementario	Elaborar material directo y práctico, teniendo claros los objetivos.	Crear actividades didácticas.	Usar tecnología como complemento a la visita.

Figura 37. Resumen final de los nuevos métodos. Fuente: Elaboración propia (2019).

3. CONCLUSIONES

A lo largo del artículo, se ha visto que el elemento más importante a la hora de preparar un guion didáctico es tener claro qué se quiere obtener de la interpretación del patrimonio. Es decir, qué objetivo tiene la exposición. Tener claro este punto, permite construir una exposición bien estructurada y, a la larga, ahorrar costes en su mantenimiento y actualización. Asimismo, el hecho de ofrecer a los visitantes una mediación que incluya los diez factores clave presentados en esta propuesta, fácilmente garantiza el éxito de la exposición, ya que cada uno de los ejemplos asociados es un caso de éxito real. Por lo tanto, un gestor de museos debería plantearse primero el objetivo de la exposición, y después como afrontar los diez factores clave, antes de empezar a elaborar el material museográfico. Así pues, de acuerdo con el objetivo de este artículo, de recoger cuáles serían las buenas prácticas para una buena mediación turístico-patrimonial, los expertos coinciden en que la situación ideal sería conseguir un equilibrio entre los diferentes factores: Participación, Diversidad de públicos, Actualidad, Observación, Empatía, Contextualización, Explicar el porqué, Vivir experiencias, Fuentes primarias y Material complementario. De este modo, se puede llegar a conseguir una exposición completa que realmente consiga transmitir conocimientos a todos y cada uno de los visitantes, de acuerdo con sus necesidades de aprendizaje. Además, el museo o centro de interpretación debe considerar ofrecer una combinación de los diferentes tipos de recursos de mediación (humana, museográfica y tecnológica), ya que cada una tiene características diferentes y satisface necesidades concretas. Y siempre recordar que, información, interpretación, mediación, comunicación,... todas son necesarias para generar conocimiento y para satisfacer las necesidades educativas que busca el visitante al inspeccionar nuevos lugares. Un destino turístico, así como un centro de interpretación, un museo o cualquier emplazamiento visitable debe ser capaz de transmitir ese conocimiento al visitante de la mejor manera posible. Así que, ¿por qué no empezar por implantar las técnicas más novedosas y efectivas?

REFERENCIAS

- Coma, L., & Sallés, N. (2010). Recursos y materiales didácticos interactivos. En J. Santacana, & C. Martín, *Manual de museografía interactiva*. Gijón: Trea.
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS). (2008). Carta ICOMOS para Interpretación y Presentación de Sitios de Patrimonio Cultural. Québec: Asamblea General del ICOMOS. Recuperado en mayo 2019 de ICOMOS: https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Charters/interpretation_sp.pdf
- Consejo Internacional de Museos (ICOM). (2011). Dossier de Prensa. Mediación relativa al Arte y al Patrimonio Cultural. París: Consejo Internacional de Museos (ICOM).
- Doménech, F. (2004). *Psicología de la educación e instrucción: su aplicación al contexto de la clase*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Fernández, M. (2003). Los Museos espacios de cultura, espacios de aprendizaje. *IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e historia*, 55-61.
- Llonch, N., & Santacana, J. (2010). *Claves de la museografía didáctica*. Lleida: Milenio.

- Martín, C., & Castell, J. (2010). Análisis y clasificación de los modelos interactivos. En J. Santacana, & C. Martín, *Manual de museografía interactiva*. Gijón: Trea.
- National Association for Interpretation. (n.a.). *What is Interpretation?* Recuperado el febrero de 2019, de https://www.interpnet.com/nai/interp/About/What_is_Interpretation_/nai/_About/what_is_interp.aspx?hkey=b5ddef3-03a8-4000-bf73-433c37c8a7af
- Organización Mundial del Turismo. (n.a.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el mayo de 2017, de UNWTO: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pastor, M. I. (2004). *Pedagogía museística. Nuevas perspectivas y tendencias actuales*. Barcelona: Ariel.
- Tilden, F. (1977). *Interpreting Our Heritage* (Tercera ed.). Chapel Hill (EUA): The University of North Carolina Press.