

# Los “paramuseos”, un fenómeno de cambio de milenio

**Carolina Martín Piñol**

Universidad de Barcelona / Grupo DIDPATRI

**Resumen:** En España durante los últimos quince años y a causa de razones diversas, se han estado diseñando y construyendo multitud de centros de variada tipología. Estos híbridos entre el museo convencional y los equipamientos culturales basados en el concepto estadounidense de visitor's center son semejantes al del museo pero sin necesidad de colección y por tanto, ni de conservador ni de legislación, por lo que su proliferación masiva se ha convertido en una realidad. Refiriéndonos a ellos como “paramuseos” en el presente artículo se hace un retrato de su implantación, características y de su inequívocamente reciente eclosión.

**Palabras clave:** Didáctica, museos, “Paramuseos”, Gestión, Centros de Interpretación.

**Abstract:** In Spain during the last fifteen years, they have been designed and constructing multitude of centers of varied typology. These hybrids between the conventional museum and the cultural equipments based on the American concept of visitor's center are similar to that of the museum but without need of collection and therefore, neither of conservative nor of legislation, for what his massive proliferation has turned into a reality. In the present article is done to them a portrait of his implantation, characteristics and of his unequivocally recent appearance.

**Key Words:** Didactics, Museum, paramuseum, Management, Interpretationcenters.

(Fecha de recepción: julio, 2011, y de aceptación: septiembre, 2011)

## ***El fenómeno de la expansión de los “paramuseos” españoles***

La mayoría de personas que cada año emplean su tiempo libre en visitar otros territorios, en vivir nuevas experiencias, buscan en definitiva, saborear otras vidas. Esta ansia de conocimiento, más o menos cultural, acaba generando oportunidades de negocio y necesidad de llenarlas de contenido.

Los museos “de toda la vida” quizá son demasiado mastodónticos, demasiado “aburridos” o demasiado exigentes para todos estos tipos de visitantes que piden formación lúdica, y a ser posible, bajo un lenguaje contemporáneo basado en las nuevas tecnologías aplicadas al conocimiento. Es en este hueco donde aparecen los denominados “paramuseos”, híbridos entre el museo convencional y los equipamientos culturales basados en el concepto estadounidense de *visitor’s center*.

La utilización del término “paramuseo” para definir equipamientos culturales como Centros de Interpretación, nace de la analogía con fenómenos comunes como el de las “parafarmacias”. En el caso de las farmacias surgió este híbrido por la falta de concesión de licencias a los profesionales para el establecimiento de nuevas farmacias, provocando la creación de la “parafarmacia”, con una legislación menos severa y donde se pueden vender productos farmacéuticos para los cuales no es necesaria receta. El caso de equipamientos culturales como Centros de Interpretación es idéntico. Para ellos aunque existen normativas, no existen ni definiciones, ni catálogos, ni clasifi-

caciones por lo que se han extendido con mucha más facilidad que los museos por toda España, sobre todo en la última década, sin una planificación ni una regulación clara.

Englobamos dentro del concepto de “paramuseo”, los equipamientos que son semejantes al del museo pero que no necesita colección y por tanto ni conservador ni legislación, y que se han convertido en una realidad. Pero la utilización de numerables sustantivos que los definen y que se aplican para referirse a ellos sin criterio es altamente significativo, porque puede denotar que para el mundo de la cultura no merece interés. Esto también se traduce en la existencia de un sin número de denominaciones que bajo una terminología confusa recoge desde los Centros de Interpretación, a los Centros de Visitantes, pasando por las clásicas oficinas de turismo.

### ***Las causas del crecimiento***

En España durante los últimos quince años y a causa de razones diversas, se han estado diseñando y construyendo multitud de centros de variada tipología para funcionar como museos. Crear museos nuevos es un parto lento que requiere la existencia de colecciones, que presupone la previa labor de equipos de investigación y que necesita posteriormente la existencia de plazas de conservadores, restauradores, gabinetes didácticos y auxiliares. Sin embargo, crear un “paramuseo” puede no requerir nada de cuanto hemos dicho; sirve cualquier

edificio<sup>1</sup>, la investigación puede improvisarse, la ausencia de piezas a exponer puede suplirse mediante réplicas y el mantenimiento de estos equipamientos es aleatorio y está en función no de las necesidades sino de las disponibilidades municipales.

Quizás sea esta realidad la que explica esta proliferación de “paramuseos” realmente singular y específica en España. No es que no existan en otras latitudes, ya que el modelo es claramente de importación; lo que no existe o existía en otras latitudes es esta explosión constructiva. Puede que el fenómeno no sea un fenómeno cultural y que algún día se incluya en la misma problemática que generó el *boom* de la construcción, la euforia de las instituciones públicas para construir equipamientos sin uso previsible o planificación clara. En todo caso, cuando aparece un “paramuseo”, etiquetado a menudo como *Visitor’s Center* en Estados Unidos, suele tratarse de un equipamiento que funciona como entrada a un conjunto monumental, a un parque natural o que gestiona un conjunto urbano<sup>2</sup>.

La transferencia de estos “paramuseos” euroamericanos a España se realizó en una fecha tardía, hacia 1996. A partir de estas fechas, el concepto se difunde apropiándose de él empresas dedicadas al diseño y producción de

museos, que veían en este modelo una fórmula astuta de evitar las engorrosas tramitaciones que suelen ir aparejadas a la construcción o modificaciones de museos.

La causa última de su éxito radicaba precisamente en su indefinición, no es que no existieran en España estos Centros antes de esta fecha; lo que no existía era dicho concepto y a él se pudieron acoger innumerables equipamientos que no habían alcanzado la condición de museos; nos referimos a equipamientos locales que albergaban desordenadas colecciones de objetos, pequeñas aulas que servían para dinamizar algunos parques naturales y conjuntos patrimoniales en manos de diputaciones provinciales y ayuntamientos, y también salas de exposición con carácter permanente que explicaban alguna temática específica de localidades o municipios de tamaño medio. También las oficinas de turismo, en algunos casos, actuaban como Centros de Recepción de Visitantes y empezaron a funcionar como salas de exposición.

Todos estos equipamientos variopintos eran susceptibles de convertirse en “paramuseos”.

Hay que decir, que estos equipamientos cuando tuvieron que ser bautizados no eligieron en la mayoría de los casos el término Centro de Visitantes, traduc-

<sup>1</sup>“La distribución de los centros no es planificada, sino que responde a oportunidades de rehabilitación de edificios, a la posesión de fincas por parte de la Administración o de particulares, o al desarrollo de programas europeos que posibilitan fuertes inversiones económicas.” en DIPUTACIÓ DE BARCELONA. ÀREA DE CULTURA. OFICINA DE PATRIMONI CULTURAL, *Interpretar el patrimoni, Guia bàsica*. 1a ed. Barcelona: Diputació de Barcelona, Col·lecció estudis, 2006. p. 48.

<sup>2</sup>TILDEN, Freeman. *La interpretación de nuestro patrimonio [Interpreting our heritage]*; traducción de Pablo Salas Rojas], 1ª ed. Pamplona: Asociación para la Interpretación del Patrimonio, 2006.

ción literal de *Visitor's Center*, sino que se acogieron a la expresión Centro de Interpretación o bien Aula de Arqueología, según la temática dominante y lo que es más grave, según los impulsores del equipamiento, que en multitud de ocasiones no eran conscientes de lo que significaba e implicaba cada terminología.

En realidad, intuimos que los centros que se denominaban Oficinas de turismo se transformaron en Centros de Visitantes, mientras que los equipamientos construidos *ex novo* se identificaron con Centros de Interpretación. Las antiguas oficinas de turismo, cuando no se transformaron en Centro de Visitantes, en ocasiones se reconvirtieron en servicios de atención al ciudadano.

### ***La confusa nomenclatura de los "paramuseos"***

La agrupación de estos equipamientos bajo el nombre de "*paramuseos*", responde principalmente a la necesidad de referirnos a esta multitud de equipamientos como un todo y porque la nomenclatura aplicada es altamente confusa; los Centros de Interpretación a menudo se confunden con los Centros de Visitantes, encontrándonos Centros de Visitantes que son en realidad Centros de Interpretación y al revés. Aún cuando esta confusión no tendría porque existir –un Centro de Visitantes debería ser un Centro de Acogida y de información- mientras que un Centro de Interpretación debería cumplir la función decodificadora de los mensajes ocultos del patrimonio o de la historia.

Probablemente esta confusión deriva de las sinergias entre turismo y cultura, pero la realidad es que ambos conceptos se suelen superponer.

Es bien sabido que un recurso cultural no se convierte automáticamente en un producto turístico. El producto turístico quizá es uno de los pocos productos que en realidad se adquieren antes de ser conocidos. Cuando un usuario "compra" un producto turístico lo hace en virtud de unas imágenes que implícita o explícitamente tiene en la cabeza del producto que compra. Cuando se adquiere un viaje al Caribe, el cliente en realidad compra ese producto porque tiene en la cabeza una imagen –verdadera o falsa- en la cual se le mezcla paraíso, erotismo, exotismo y placer.

Esta compra la realiza en virtud de alguna imagen y lo que busca son sensaciones. Cuando, por el contrario, el usuario que adquiere un paquete de turismo de aventura busca emociones, riesgo controlado y determinadas sensaciones.

¿Qué busca quien compra turismo cultural? La adquisición de un producto de turismo cultural conlleva la existencia de determinados tipos de placer relacionados con el concepto que el usuario tiene de cultura y belleza. El turista cultural compra productos que él considera "bellos", término que puede asimilar a bonitos, sublimes, maravillosos. Es decir, a cosas que nos gustan. Por lo tanto, el turista cultural busca conocer cosas bellas que él asimila a buenas; el vínculo entre lo bello y lo bueno es evidente.

En todo caso, un bien es algo que todos deseáramos poseer. Esta pose-

sión puede ser material o intelectual. En cierto modo, yo me apropio de un bien, independientemente del hecho de que lo pueda o no poseer. Aunque si fuera nuestro nos haría muy felices. El turista cultural<sup>3</sup> participa de este concepto de belleza. Las razones por las cuales nos enamoramos de las cosas pueden ser, sin embargo, variadísimas; incluso lo feo puede ser objeto de enamoramiento y no necesariamente nos enamoramos de lo bello. En todo caso en los contextos culturales, es difícil enamorarse de algo para lo cual no tenemos cierta predisposición. Las razones o motivos de nuestra predisposición hacia la cultura pueden ser de carácter racional o irracional, vinculados al conocimiento científico o a la inteligencia emocional.

Por lo tanto, cuando el turismo ofrece como elemento de consumo Bienes Culturales transformados en productos, en realidad también vende ideas que previamente alguien ha introducido en nuestra mente o emociones con las cuales nuestra mente puede jugar sin riesgo. Cuando más conozco algo más quiero conocer, cuando más saboreo un producto más deseo aumentar las sensaciones y en el fondo la mente humana asocia los

mecanismos del placer con los mecanismos de la adicción. Placer y adicción son dos caras de la misma moneda<sup>4</sup>.

Esta reflexión es pertinente en el caso de los equipamientos denominados Centros de Interpretación asociados al turismo cultural, ya que en la medida que los Centros de Interpretación no generan emociones asociadas a la autenticidad, los únicos mecanismos de placer que podrían estimular son los que se asocian a las emociones y en última instancia a conceptos tan sutiles como a los de belleza.

Lo que se espera de un Centro de Interpretación es que nos muestre el camino hacia la autenticidad de los monumentos o elementos patrimoniales a él asociados; que desencadene en nosotros, como un mecanismo de repetición, placeres y emociones vinculados a aquellos temas que son de nuestro interés.

En la medida que el Centro de Interpretación es únicamente un Centro de Información deja de sernos útil, especialmente cuando esta información es adquirible mediante fórmulas más fáciles, tales como Internet, pdas, iphones...

Es por todo ello que la vinculación de los Centros de Interpretación con los

---

<sup>3</sup> El perfil del turista cultural que visita Centros de Interpretación se desarrolla en BATISTA CARISIMI, R, Diseñando centros de interpretación. De la idea al resultado, un proceso lleno de seducciones, HERMES, número 4, mayo-junio 2010, Ediciones TREA.

<sup>4</sup> Al parecer, uno de los descubrimientos de la neurociencia de la primera década del siglo XXI ha sido el demostrar la relación existente entre nuestro sistema de memoria y nuestro sistema emocional; las experiencias sobre los sistemas de placer comprobadas en el campo de la música se basan en la repetición de sonidos como emotivamente satisfactoria. Bioquímicamente, la base del placer se relaciona con la secreción de dopamina que en última instancia es la responsable de que nuestro cerebro adivine lo que sucederá. Por lo tanto, se intuye que lo que ocurre con la música también ocurre con las artes, en especial con las Artes Plásticas. Véase en este sentido Levitin, Daniel J. Tu cerebro y la música, el estudio científico de una obsesión humana, ed. RBA, Barcelona, 2008, p.133/134-248/250.

mecanismos de promoción turística los aleja de los planeamientos culturales. De esta forma, privados de autenticidad y mutilados sus contenidos por la prevalencia de elementos puramente informativos propios de Centros de Visitantes, acaban perdiendo su utilidad.

Estamos convencidos que las relaciones entre centros de Interpretación y turismo cultural si no se plantean en el terreno de las emociones, del placer, de la estética o de la inteligencia racional están abocadas al fracaso<sup>5</sup>.

### ***El resultado del análisis de una muestra***

Para conocer el fenómeno de primera mano y tras las conclusiones de un trabajo previo<sup>6</sup> se ha obtenido un retrato robot, siempre basado en treinta y tres Centros de Interpretación, analizados exhaustivamente a modo de muestra.

El resultado concluye con características como que la mayoría de ellos, se instalan en edificios históricos, como iglesias, capillas, fortificaciones y otras tipologías tales como escuelas que por alguna razón han perdido su uso original. Por lo tanto, el acondicionamiento de estos edificios como Centros de Interpretación ha sido posible por esta razón. Solo un veinticinco por ciento están ubicados en edificios de nueva planta, cuya intervención arquitectónica en algunos casos se inspira en la arquitectura

tradicional, aún cuando en un número equivalente el arquitecto ha prescindido de cualquier influencia histórica y se ha limitado a crear un espacio útil. En todo caso, el hecho de ubicar la mayoría de centros en edificios históricos condiciona su ubicación ya que más del sesenta por ciento se hallan en centros urbanos. Si que destacamos respecto a la ubicación, que la gran mayoría de los Centros de Interpretación se hallan junto al elemento a interpretar, están bien señalizados y son de fácil acceso.

Por lo que respecta al equipamiento del centro, más de la mitad disponen de zona de recepción o equivalente; menos frecuente es que dispongan de zona de servicios como almacenes o similares, de hecho más de la mitad no lo tienen. De todos modos si analizamos las salas de interpretación del centro casi la mitad disponen de salas poco o nada adecuadas, incluso una cuarta parte de estos centros carecen de ellas. Otro problema que se desprende del análisis es la falta de mantenimiento de la mayoría de los centros. Examinada la estructura interior de los centros en su aspecto concretamente museístico, se ha comprobado que más de la mitad tienen una capacidad que supera el medio centenar de personas usando simultáneamente el equipamiento y tan solo un pequeño número de centros, que no alcanza el veinte por ciento, precisan limitar la entrada de visitantes para que no

---

<sup>5</sup> A este respecto véase RAMOS LIZANA, Manuel, El turismo cultural, los museos y su planificación, TREA, Gijón, 2007, p.229-320.

<sup>6</sup> Para ampliar véase MARTÍN PIÑOL, C.; Estudio Analítico Descriptivo de los Centros de Interpretación patrimonial en España. Tesis doctoral. Barcelona, abril 2011.



sobrepase los veinticinco. Ello significa que en general disponen de espacio suficiente; esto se traduce en la subdivisión mediante sub-ámbitos museográficos. La gran mayoría de los centros en el momento de distribuir sus ámbitos ha recurrido a una distribución de carácter cronológico, es decir ordenando los contenidos según la cronología. Ello se debe a que muchos de estos centros interpretan aspectos relacionados con la historia, aunque en ocasiones la historia no es el eje estructurante y sin embargo la estructura del centro es cronológica igualmente. Así pues, el análisis de la arquitectura de los centros, así como el estudio de la ubicación del espacio urbano conduce a la conclusión que una mayoría de estos centros está compuesto por edificios sin uso alguno, en estado de abandono, normalmente poco útiles para cualquier otra actividad. Su rehabilitación ha sido realizada a base de ayudas económicas y fondos procedentes de la Comunidad Autónoma, del Estado o de la Unión Europea, con poca inversión local. Este hecho condiciona enormemente los edificios ya que la mayoría de ellos tuvieron que hacerse sin un plan de usos específico y sin disponer de proyectos museológicos detallados. Ello repercute sobre todo en las salas de interpretación de estos centros, que a menudo carecen de condiciones y que por lo tanto, dificultan una buena organización de los módulos de interpretación. Hay un elemento también significativo, y nos referimos a aquellos centros de interpretación que una vez construidos y equipados permanecen cerrados por falta de mantenimiento o de recursos.

Otro de los resultados que nos proporciona el retrato de este tipo de equipamientos, es el referente al análisis de la museografía que contienen en su interior. Aproximadamente la mitad de estos centros presentan módulos que podríamos etiquetar como singulares y originales. En ese sentido se trata de módulos generalmente bien planteados, que no suelen repetirse y que por lo tanto sorprenden al visitante bien sea por su singularidad o por su originalidad. Los equipamientos museográficos analizados presentan sin embargo, un mantenimiento muy desigual ya que más de la mitad tienen muy poco mantenimiento y por lo tanto su estado no permite su uso; las lámparas están fundidas, falta algún fusible y simplemente no funciona. Ello está muy relacionado con la calidad museográfica ya que estimamos que más de la mitad de los módulos responden a estándares de calidades media o baja. Algo más cuidado es el factor antivandálico ya que una buena parte de estos módulos han sido construidos de forma resistente y su deterioro se debe más a la falta de mantenimiento que a criterios de calidad original.

En resumen, pues el planteamiento de los módulos museográficos de interpretación es desigual y el problema más importante deriva de las dificultades de mantenimiento del equipamiento, una vez ha sido inaugurado. La razón de esta situación puede que sea que la mayoría de estos equipamientos se han realizado mediante concursos públicos, cada uno de los cuales estaba dotado de presupuesto cerrado al que los licitadores se sometieron inevitablemen-

te. Naturalmente una vez concluido el periodo de garantía establecido en el concurso, los poderes públicos, ya sean ayuntamientos u otros organismos, no han presupuestado gastos que incluyan contratación de servicios de mantenimiento, razón por la cual los Centros de Interpretación en la gran mayoría ven como sus equipos, sometidos a desgaste no son repuestos con celeridad. Cuando estos equipamientos disponen de medios de base electrónica o informática estas situaciones se suelen agudizar.

Sin embargo esta situación de penuria a causa de la práctica inexistencia de mantenimiento contrasta con la situación del personal que trabaja en los centros, ya que más de las tres cuartas partes de estos equipamientos disponen de una o dos personas para las tareas de información o de intérprete. Esta situación podría parecer óptima, sin embargo hay que tener presente que no analizamos la situación contractual del personal de servicio aun cuando en la mayoría de los casos se trataba de personal eventual con contratos de trabajo precarios.

La poca profesionalización del personal que gestiona los Centros de Interpretación resulta evidente cuando se plantea un análisis de los estudios de público; al margen de si al frente de un equipamiento de historia haya un licenciado o licenciada en historia o fren-

te a un Centro de Interpretación de la naturaleza hubiera un biólogo o bióloga, una característica fundamental es que desconocían el origen de sus visitantes, no contabilizaban sistemáticamente las visitas diarias y por lo tanto, carecían de información sobre las visitas anuales. Son muy raros los Centros de Interpretación que analizan estos factores. Ello quizás significa que la “rentabilidad” cultural de estos equipamientos tiene poco interés una vez construidos y detrás de ellos no existe realmente personal técnico con formación de museógrafo o de agente turístico capaces de cuantificar y tomar iniciativas para mejorar unas situaciones que un simple análisis visual calificaría de deficientes.

### ***¿Los “paramuseos” cumplen el decálogo establecido para ser eficaces?***

Una de las finalidades de cualquier “paramuseo” y especialmente buscada por los Centros de Interpretación es que el público visitante procese la información adecuadamente para que logre aprender de manera eficaz. Es por este motivo que también se han analizado los Centros de Interpretación según un decálogo<sup>7</sup> de características y componentes que son considerados para que un Centro de Interpretación sea eficaz<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> “Relaciona el objeto a interpretar con las ideas previas del usuario”, “su objetivo es instruir, emocionar, provocar, o desencadenar ideas”, “tiene en cuenta los segmentos de edad de los visitantes”, “tiene presente que interpretar no es tan solo informar”, “organiza jerárquicamente los contenidos”, “selecciona conceptos relevantes”, “contiene elementos lúdicos”, “utiliza recursos museográficos diversos”, “concebe la interpretación como un hecho global y no parcial”, “interpreta objetos patrimoniales sin la necesidad de que los contenga”.

<sup>8</sup> Es interesante respecto al tema Martín Piñol, Carolina, Los Centros de Interpretación: urgencia o moda, HERMES, número 1, abril-mayo 2009, Ediciones TREA.



Aplicando el esquema vemos que lo que llama la atención es que los mensajes se transmiten en su gran mayoría sin tener presente en absoluto las ideas previas que un usuario medio puede tener sobre el tema objeto de interpretación. En este sentido si uno de los principios de la didáctica es aquel conocido que reza “averigua lo que saben y actúa en consecuencia”<sup>9</sup> hay que decir que los discursos museológicos han sido contruidos al margen de lo que la ciudadanía suele saber cuándo penetra en un equipamiento de este tipo.

Por el contrario, si el objetivo de un Centro de Interpretación es instruir, emocionar o desencadenar ideas, la mayoría de estos centros que comparten este objetivo aun cuando ello no significa ni mucho menos que lo consigan. Ello es así porque la inmensa mayoría no tienen en cuenta los segmentos de edad de la población; el mensaje es unívoco y se dirige a un público inexistente. Más de la mitad confunden la idea que interpretar no equivale simplemente a informar. Podemos estar perfectamente informados sobre un tema y equivocarse absolutamente la interpretación del mismo.

Otro elemento que llama la atención es que tan solo algo más de la mitad de los Centros de Interpretación organiza jerárquicamente los contenidos y sorprende que todavía existan equipamientos museísticos que no seleccionan los conceptos relevantes, ya que esta es la situación de casi el cuarenta por ciento.

Es preciso comentar también el factor lúdico; si tenemos en cuenta que estos Centros de Interpretación se construyen al margen de lo que podríamos llamar la enseñanza reglada y que por lo tanto, pueden ser utilizados por visitantes que buscan un ocio inteligente, una buena parte de estos equipamientos que alcanza a casi la mitad carecen del más mínimo contenido presentado de forma lúdica.

Finalmente, cabe decir que más de la mitad de los equipamientos analizados no utilizan recursos didácticos diversificados. El elemento dominante es el panel de texto o gráfico; hay una gran cantidad de centros cuyo recurso más importante lo constituyen pesados carteles de texto acompañados de ilustraciones cuya lectura, de pie por parte de los usuarios puede comportar el equivalente a medio centenar de folios. Ni que decir tiene que este tipo de recurso suele ser inútil y un estudio de usabilidad probablemente demostraría que la gran mayoría de visitantes no leen más allá de treinta líneas. El segundo recurso es el audiovisual de pequeño formato, tanto en monitores CRTV como en los modelos de pantalla plana llamados TFT. Se trata de reportajes de duración limitada dotados de audio y algunos de ellos con texto sobreimpreso en pantalla.

Si obviamos estos dos tipos que dominan absolutamente ya deberíamos referirnos a pantallas táctiles informativas; en realidad se comportan como

---

<sup>9</sup> La referencia procede de “El factor más importante que influye en el aprendizaje es lo que el alumno ya sabe. Averíguese esto y enséñese en consecuencia” en AUSBEL, D. Psicología educativa. (1976): Trillas. México, p.6.

paneles electrónicos. El uso de este sistema habitualmente responde a decisiones de las empresas instaladoras que recurren a él para poder introducir la inmensa cantidad de informaciones y textos suministradas por los eruditos locales y que casi son de obligada inserción en estos centros de Interpretación. También en este caso un estudio de usabilidad probablemente demostraría que son muy escasos los visitantes que consultan más de dos pantallas.

No es infrecuente el uso de audiovisual de formato grande; casi siempre hay uno. Los usuarios suelen ser invitados a esperar unos minutos para situarse al comienzo de una sesión, se les invita a sentarse y se procede a la proyección. En algunos casos son audiovisuales multipantalla, con una duración variable casi siempre inferior a diez minutos. Este recurso suele ser considerado el más importante, y por el lenguaje utilizado suele ser el más comprensible para todos los públicos.

### ***La mala gestión de los “paramuseos” propicia su fracaso***

La clara evidencia del éxito o el fracaso del modelo español de “paramuseo”, es la que pone de manifiesto su situación una vez transcurrido un cierto periodo de tiempo desde su apertura al público. El análisis de la gestión y funcionamiento de trescientos treinta y ocho Centros de Interpretación<sup>10</sup>,

basado en la metodología de la encuesta telemática, ha dado unos resultados concluyentes respecto al perfil de este tipo de equipamientos. Estudiando si la atención telemática era correcta, si estaban abiertos o cerrados, los días del año en los que se podían visitar y en caso de estar cerrados, las causas que lo justificaban.

Esta metodología que requirió casi un millar de llamadas telefónicas, pone de manifiesto que casi una cuarta parte están cerrados por causas muy diversas. Hay que tener en cuenta que muchos de los centros que se consideran abiertos al público, en realidad tienen horarios muy restringidos de apertura, tales como fines de semana, o sábados por la mañana, por lo que no se pueden considerar cerrados, pero sí que se puede afirmar que su utilidad turística/cultural es muy limitada.

Los motivos por los cuales los centros de Interpretación manifiestan que están cerrados al público, a pesar de su relativa modernidad – en ocasiones menos de cinco años- son muy variados, entre ellos podemos encontrar causas como la poca afluencia de visitantes, por tanto el centro no es sostenible; además, los usuarios suelen ser únicamente escolares, con lo que no se generan beneficios, sino pérdidas económicas.

Por este motivo, el centro queda cerrado aun cuando es posible concertar una visita y ser atendido. Evidentemente esta casuística nos remite a una falta de previsión sobre la sosteni-

---

<sup>10</sup> Para ampliar véase MARTÍN PIÑOL, C.; Estudio Analítico Descriptivo de los Centros de Interpretación patrimonial en España. Tesis doctoral. Barcelona, abril 2011.

bilidad económica del centro, que obliga a su cierre. Además de este motivo, hay un porcentaje nada despreciable de centros que manifiestan simplemente que están cerrados; el informante ni tan siquiera sabe el motivo o, en el caso de saberlo, no lo comunica. Este grupo pone de manifiesto la existencia de una gran descoordinación entre la decisión de crear el centro y su explotación y gestión. En ocasiones, el municipio ha recibido el Centro, pero no se ha preocupado de gestionarlo, con lo cual, simplemente está cerrado desde la inauguración.

Hay un tercer grupo para el cual las respuestas son ambiguas, ya que se remite al usuario a una “inauguración” que no se ha realizado ni se sabe cuándo se realizará. Los o las informantes no aportan ningún dato sobre fechas previstas, con lo cual hay que concluir que se trata de equipamientos planificados, construidos y terminados pero que no se han podido abrir ya que no había previsión de personal para atender su apertura.

En realidad, muchos de ellos no se abrirán o bien, si lo hacen, permanecerán abiertos muy poco tiempo, hasta que algún elemento audiovisual o expositivo falle o se rompa, ya que al no haber previsión de personal tampoco la hay de mantenimiento. Por otra parte, hay algunos centros que no sólo no se ha inaugurado a pesar de que estaba construido, sino que informan al usuario de que no se inaugurarán jamás.

Dentro del grupo de centros cerrados, hay un subgrupo, que cuando se establece contacto con ellos, remiten al usuario a un horario exclusivamente estacional, como por ejemplo un mes

en verano. El resto del año permanecen cerrados. Su rentabilidad es nula ya que generan pérdidas; y para minimizar las pérdidas se cierran la mayor parte del año. Alrededor de un tres por ciento está cerrado por “estar en construcción”, es decir no haber finalizado la obra por algún motivo, pese a estar anunciada su apertura.

Quizás uno de los problemas que más revelan la situación real es la “falta de personal”; al que hay que sumar los que simplemente manifiestan que están cerrados por falta de recursos sin especificar si se trata de personal o de mantenimiento. Son centros cuyo equipamiento existe, pero no se ha previsto nada más; con lo cual permanecen eternamente cerrados.

Muy similar es el caso de los centros que cierran “por falta de subvenciones o recursos económicos”; se trata de centros que abrieron sus puertas con expectativa que, de la misma forma que alguna administración financió la creación del centro, también financiará su puesta en funcionamiento. La administración local no aporta ningún recurso, ni tampoco ningún esfuerzo. Por ello, cuando la subvención no llega, simplemente se cierra. Naturalmente hay motivos más pintorescos tales como “cerrado por jubilación de la persona responsable” o bien los que manifiestan simplemente que se cierra porque no hay afluencia de visitantes, es decir, porque no va nadie.

Sin embargo, esta relación entre variedad temática e índice de fracaso no es automática ya que Galicia, por ejemplo, presenta una cierta especialización en temática histórica y sin embargo el índice de fracaso es similar a la media

nacional, mientras que Extremadura presenta un espectro temático fraccionado y en cambio es la Comunidad que mayor eficacia demuestra en la gestión de centros.

Hay aspectos difíciles de valorar respecto al grado de éxito y fracaso: nos referimos en especial al tamaño de la localidad en la que está enclavado el centro. Localidades de tamaño grande o medio siempre es posible que dispongan de un excedente de recursos humanos para gestionar los centros. Por ejemplo, en una localidad de población concentrada de Extremadura es más fácil que el municipio disponga de un excedente de dos o tres personas para gestionar el centro, cosa que no ocurre en las pequeñas aldeas gallegas o en los núcleos de población dispersa de Asturias, en donde los pequeños municipios disponen en el mejor de los casos de una sola persona cuyas funciones son de alguacil, conserje, informador y técnico de mantenimiento.

Esta relación entre tamaño de la población e índice de fracaso podría ser pues una causa.

Finalmente, cabe la posibilidad de que en las comunidades autónomas el éxito o fracaso de los Centros de Interpretación deba relacionarse con la mayor o menor existencia de fondos para fomentar empleo comunitario o similares, es decir, una relación directa con las subvenciones recibidas. En todo caso, sea cual fuere la causa, lo que es evidente es que existen errores graves de planificación, puesto que no se ha previsto que una vez construido e inaugurado un centro es necesario gestionarlo, sostenerlo y financiar el personal

de servicio. En este sentido, es muy probable que la falta de cultura de gestión existente en nuestros municipios sea una de las causas del fracaso.

### ***La eclosión de los “paramuseos”***

Los “paramuseos”, nacen en la mayoría de los casos de una necesidad política, independientemente de las necesidades culturales y de las capacidades de sostenibilidad de los equipamientos. Esta decisión política es transmitida a los municipios especialmente a los pequeños municipios, como un “regalo” o contrapartida señalando a las autoridades locales que este nuevo equipamiento traerá al municipio beneficios económicos interesantes, ya que dinamizará la actividad turística; por otra parte, las autoridades locales podrán esgrimir el nuevo centro como un activo y un éxito importante de su gestión personal.

De esta forma, se procede a la construcción del equipamiento, sin más planificación que buscar el terreno para construir el edificio o el edificio histórico en el que se ubicará. No es infrecuente que exista ya un edificio construido y rehabilitado del cual no se ha previsto ningún uso y para el que previamente se ha realizado un gran esfuerzo económico. Sea cual fuere la situación, el municipio suele ser un receptor o sujeto pasivo de este equipamiento. La tragedia se manifiesta el mismo día de la apertura, cuando nadie ha previsto quién atenderá el centro, con qué formación y de quién dependerá el pago de salarios. Es aquí en donde las autorida-

des locales advierten que han recibido un regalo envenenado; sin embargo, no pueden aceptar el fracaso de “su obra” con lo cual retrasan la apertura hasta localizar alguna fuente efímera de financiación que permite inaugurar el centro pero por su propia naturaleza no aseguran su sostenibilidad. Este centro, abierto al público con escasa publicidad, sin estrategia turística de ningún tipo, empieza a pesar sobre la débil economía municipal, sin que genere beneficio económico alguno; sus usuarios más fieles, las escuelas, suelen pedir visita gratuita y en zonas de débil población no son un recurso económico.

Por otra parte, el turismo cultural que podría sostener el equipamiento o no existe o no dispone de alojamientos de calidad en la zona. En muchísimos de estos casos, que cabría analizar detalladamente, el equipamiento no va acompañado de la existencia de algún restaurante con encanto, ni de fondas tradicionales que ofrezcan una calidad de alojamiento. Sea por la razón que fuere, el fracaso postapertura indica a las autoridades locales que la inversión que ellos puedan hacer en personal no va a ser rentable, ya que deberían actuar de motor dinamizador y esta tarea ni tan siquiera se la plantearon. Basta con que unas nuevas elecciones cambien a los responsables del municipio para que los nuevos ediles, que a menudo no se sienten responsables de la decisión anterior de implantar el centro, decidan cerrarlo “temporalmente”, dejando la llave en manos de algún vecino, que tan solo lo abrirá a petición de algún improbable visitante, ya que sin publicidad y sin

mantenimiento esta situación es el primer paso hacia el cierre definitivo.

Esta radiografía, avalada por innumerables experiencias observadas a lo largo de la investigación, no es una caricatura ni un esperpento. En todo caso, como diría Valle Inclán, el esperpento no es otra cosa que la realidad observada en espejos cóncavos.

Son la evidencia del fracaso de una cuarta parte de los centros construidos en los últimos años, fruto de una gestión globalmente inaceptable, tanto por su escasa o nula rentabilidad cultural como por el lastre económico que genera la creación de estos centros y su posterior mantenimiento por parte de las administraciones públicas.

### ***Referencias Bibliográficas***

- AUSUBEL, D.: Psicología educativa. Trillas. México, 1976.
- BATISTA CARISSIMI, R.: Diseñando centros de interpretación. De la idea al resultado, un proceso lleno de seducciones, HERMES, número 4, mayo-junio 2010, Ediciones TREA.
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA. ÀREA DE CULTURA. OFICINA DE PATRIMONI CULTURAL. Interpretar el patrimoni, Guia bàsica. 1ª ed. Barcelona: Diputació de Barcelona, Col·lecció estudis, 2006.
- LEVITIN, DANIEL J.: Tu cerebro y la música, el estudio científico de una obsesión humana, ed. RBA, Barcelona, 2008.
- MARTÍN PIÑOL, C.: Estudio Analítico Descriptivo de los Centros de Inter-

- pretación patrimonial en España. Tesis doctoral. Barcelona, abril 2011.
- MARTÍN PIÑOL, C.: Los Centros de Interpretación: urgencia o moda, HERMES, TREA, Gijón, número 1, abril-mayo 2009.
- TILDEN, Freeman: La interpretación de nuestro patrimonio [Interpreting our heritage; traducción de Pablo Salas Rojas], 1ª ed. Pamplona: Asociación para la Interpretación del Patrimonio, 2006.
- RAMOS LIZANA, Manuel: El turismo cultural, los museos y su planificación, TREA, Gijón, 2007.