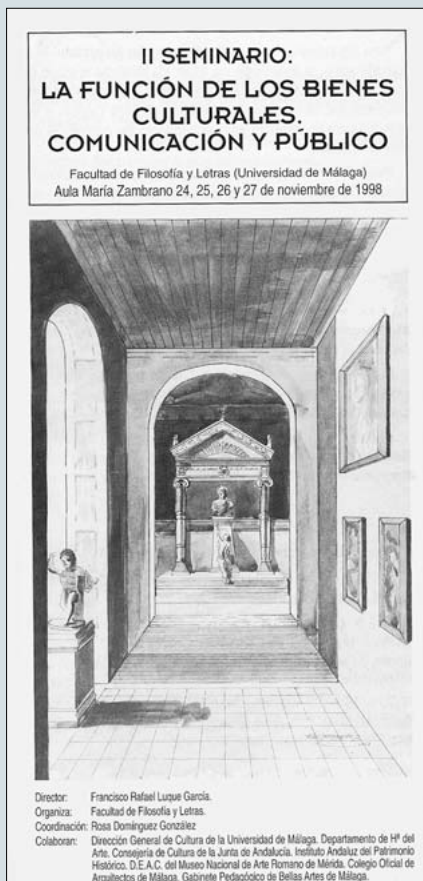


# Noticias y Comentarios

## II Seminario La Función de los Bienes Culturales Comunicación y Público



Este segundo encuentro, continuación del Seminario de 1997, dedicado a analizar el papel desempeñado por el Patrimonio, se ocupó de los problemas de la Comunicación. En concreto, se propuso estudiar los aspectos relativos al modo en que los Bienes Culturales llegan al público; su capacidad para interpretarlos; la mediatización sufrida en este campo; y los métodos par un correcto aprovechamiento del patrimonio por parte del público.

Para ello, se dispusieron tres bloques temáticos. Uno se centró en la capacidad de los bienes culturales para comunicarse independientemente con el público en la experiencia directa y no mediatizada. Otro estuvo dedicado a la institución que siempre ha sido la encargada de llevar el objeto al público, el mu-

seo. Y un tercer apartado aprovechó las experiencias llevadas a cabo por profesionales dedicados a la interpretación de los bienes culturales, tan abundantes en nuestro país.

A lo largo de las ponencias y debates originados tras las mismas, se pudo constatar como el campo de la interpretación y asimilación de los bienes culturales depende en gran medida de un factor cultural que puede ser diverso, según los sectores del público. Estas dificultades afectan de forma muy peculiar a la arquitectura como elemento que condiciona nuestros hábitos y formación, llegando a un nivel de dificultad en el entendimiento de elementos que son extraños al observador, incluso profesional.

Se trataron en el seminario los factores de la trama urbana que colaboran en la comunicación de los fenómenos de entendimiento de la ciudad, pero también los que permanecen ocultos y deben ser estudiados con otros recursos. Las investigaciones en las labores de restauración se contemplaron como posibilidades de comunicación interdisciplinar para la comprensión de los objetos y su abanico de significados.

El certamen puso de manifiesto la dificultad que profesionales del patrimonio y la educación tienen para llevar los bienes culturales a públicos y alumnos de diversas edades y características. En este sentido, se presentaron algunos proyectos que, para los más pequeños, se basaban en actividades sobre la experiencia en los recorridos. Destacaron las actividades realizadas por el Gabinete Pedagógico de Málaga, así como las llevadas a cabo en el Museo de Arte Romano de Mérida. Estas últimas, según las edades y contenidos posibles para las mismas, intentan llevar al público la información del pasado organizando mercados y espectáculos adecuados en grado y contenido al sector al que se dirige. Quedó de manifiesto en estas jornadas la carencia de propuestas especializadas para público extranjero en la Comunidad Autónoma Andaluza.

El Seminario concluyó con la manifiesta necesidad de rentabilizar los bienes culturales

en una utilización de los mismos en la que la metodología de su estudio y gestión se encaminen hacia una actividad de difusión dirigida a cada uno de los posibles públicos que se puedan atraer. La administración de estos bienes, concebida habitualmente como una carga, se desveló como una gestión necesitada de una política de empresa en la que el marketing elabore el índice de segmentos de público y posibilidades de trabajo con los mismos, con el objetivo de lograr una mayor formación y disfrute de todos los ciudadanos.

**Francisco Rafael Luque García**  
*Director del Seminario*

### NOTA

Este II Seminario se celebró entre los días 24 y 27 de noviembre de 1998, organizado por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Málaga

