

# L'INTERPRETAZIONE AMBIENTALE E LA SUA APPLICAZIONE NELLA PROGETTAZIONE DI PIANI DI INTERPRETAZIONE PER UN' AREA PROTETTA

GIOVANNI NETTO

Presidente Associazione Italiana Interpreti Naturalistici ed Educatori Ambientali (INEA)

Via Cerreto la Croce 247, 04010 b.go Piave Latina,

[www.IPG.it](http://www.IPG.it) - [associazioneinea@libero.it](mailto:associazioneinea@libero.it)

## a. Definizioni dell'Interpretazione Ambientale

Molte sono le definizioni che gli esperti nel mondo danno di questa disciplina-mestiere che sta emergendo negli ultimi anni anche in Italia.

In termini di sintesi si può così definire: *“l'interpretazione ambientale è scienza-arte-mestiere della comunicazione applicata alla conservazione del patrimonio naturale, storico e culturale”* (Giovanni Netto 2002).

Sicuramente il primo autore che definì formalmente l'interpretazione fu Freeman Tilden nel 1957.

Ancora oggi le sue intuizioni e principi sono validi e costituiscono le basi su cui poggia e da cui si è evoluta l'interpretazione ambientale.

Per Tilden l'interpretazione ambientale è:

*“un'attività educativa che ha lo scopo di rivelare i significati e le relazioni attraverso l'uso di argomenti originali, per mezzo di esperienze dirette, illustrazioni multimediali piuttosto che attraverso la semplice enunciazione di un fatto.”*

L'aspetto più importante di tale definizione è che l'interpretazione non consiste in una “tecnica” ma precisamente in un' attività-processo di comunicazione molto specifica e mirata.

## b. Il processo interpretativo, gli stili

Qualunque forma di comunicazione concerne fundamentalmente due stili: lo stile informativo e lo stile interpretativo.

la differenza non sta nel cosa viene comunicato ( il contenuto ) ma nel come viene comunicato.

Lo stile informativo semplicemente dispensa informazioni, enuncia i fatti (es. la descrizione, fatta da una guida, di un monumento, o di specie di piante, di date e luoghi storici ecc.)

Lo stile interpretativo rivela “ una storia”, evidenzia le connessioni, comunica un messaggio più ampio e profondo per aiutare gli ascoltatori a porsi in relazione con “l'oggetto” interpretato.

Da questo concetto di stile nascono alcune delle più moderne definizioni di interpretazione, le quali in qualche modo integrano quella di Tilden;

una di queste è stata enunciata da Sam Haam: *“l'interpretazione è un approccio alla comunicazione che comporta la traduzione del linguaggio tecnico delle scienze naturali in termini e idee che le persone, non esperti naturalisti, possono facilmente comprendere. Esso si concentra sulla trasmissione di relazioni piuttosto che di fatti ed immagini isolati”*.

In questa definizione viene messa in evidenza la necessità di un linguaggio semplice, corretto ed efficace, ma soprattutto il concetto di trasmissione di “relazioni piuttosto che fatti ed immagini isolati”.

## **Il processo di comunicazione interpretativa si basa sui sei principi di Tilden (1957):**

1. Qualunque interpretazione che non correla in qualche modo ciò che sta trattando con la personalità o l'esperienza dei visitatori sarà sterile.
2. L'informazione come tale non è interpretazione, l'interpretazione è rivelazione basata sull'informazione, ma sono due concetti completamente differenti; comunque tutta l'interpretazione include informazione.
3. L'interpretazione è un'arte che ne combina molte altre, qualunque sia l'argomento o il soggetto. Ogni arte è in qualche modo qualcosa di tangibile.
4. Lo scopo principale dell'interpretazione non è istruire ma provocare.
5. L'interpretazione deve considerare il tutto piuttosto che le parti, e deve rivolgersi alle persone nella loro completezza non ad un solo loro aspetto.
6. L'interpretazione per i ragazzi non deve essere una diluizione di quella per gli adulti, ma deve seguire un suo fondamentale diverso approccio. Per questo motivo deve avere differenti programmi.

Per Tilden il processo comunicativo interpretativo si basa sui suoi sei principi e ciclicamente sulle seguenti fasi:

*Provocare - Correlare – Svelare:*

### **Provocare**

Iniziare un'interpretazione con una frase, un titolo, o altre tecniche "provocatorie", è importante per avere l'attenzione dei visitatori e per stimolare il loro interesse in ciò che sta accadendo. L'inizio di una comunicazione avviene sempre con un contatto, con un porsi in relazione. Se ciò non avviene non si sta comunicando: provocare è entrare in comunicazione in maniera quasi certa.

### **Correlare**

Se non si collega l'essenza, l'importanza del messaggio o storia alla vita quotidiana dei visitatori, l'interpretazione sarà sterile. E' necessario utilizzare una varietà di tecniche comunicative per aiutare i visitatori ad identificarsi con il messaggio, con ciò che si sta interpretando. Fare esempi e paralleli con dimensioni e oggetti della vita quotidiana, riportare i numeri e le misure a dimensioni comprensibili dall'esperienza (es. la portata di questa sorgente: nel tempo che impiegate per dire "uno", da qui esce la quantità di acqua che sta dentro cinque vasche da bagno)

### **Svelare**

La rivelazione è la parte più importante dell'interpretazione, essa dà ai visitatori la risposta, attraverso un inusuale punto di vista. Rivela, attraverso la scoperta personale, ciò che si cela dietro la "superficie delle cose" arricchendo di significato e valore l'esperienza interpretativa vissuta.

Va sottolineato il principio 5 di Tilden, che definisce quello che oggi è detto approccio olistico o sistemico.

Questo si riferisce all'importanza di avere una visione di sistema cioè passare da una "visione per punti, per parti" ad una visione per relazioni, per legami; passare dal particolare al contesto. Ovvero passare ad una visione di insieme dove il tutto e le parti si compenetrano e riflettono, facendo emergere in una "danza della vita" l'unità organica e sinergica "dell'oggetto interpretato" ed il suo legame con l'universo.

Al concetto di processo si è aggiunto ora quello di sistema.

E' esattamente tenendo presenti questi due aspetti che si costruisce un progetto di comunicazione interpretativa.

### **c. Il sistema della comunicazione interpretativa**

Tre sono gli elementi fondamentali del sistema preso in considerazione nel processo interpretativo:

- ✓ L'interprete (professionista della comunicazione)
- ✓ L'oggetto da interpretare (area protetta, museo, sentiero...)
- ✓ Il visitatore (fruitore)
- ✓ **L'interprete**

Il ruolo di tale figura professionale all'interno del sistema si svolge a vari livelli che vanno dal progettista interpretativo (di piani di interpretazione, di strutture, programmi ecc.), alla "Guida-interprete", cioè colui che opera direttamente con il pubblico ed utilizza tutte le strutture, programmi, tecniche e strumenti previsti nel progetto comunicativo per raggiungerne gli obiettivi. Tale figura richiede alcune specificità ed una professionalità e professionalizzazione a cui bisogna dare sempre attenzione e cura, poiché essa costituisce spesso l'anello debole del sistema.

#### **✓ L'oggetto da interpretare**

Uno degli obiettivi dell'interpretazione è arricchire l'esperienza dei visitatori rispetto "all'oggetto interpretato" (es. area protetta, mostra, monumento, ecc.). Tale "oggetto" assume un'importanza primaria non solo perché è la risorsa da conservare, ma anche perché costituisce sia l'insieme delle informazioni su cui il processo comunicativo va a lavorare (La materia prima "dell'interprete-artigiano"), sia il contesto della comunicazione stessa, sia perché esso è parte integrante dell'esperienza che il visitatore farà (esperienza come il "prodotto finale dell'artigiano interprete"). La qualità del risultato dipenderà anche dalla qualità della "materia prima", ma in questo caso particolare in cui trattiamo la "materia patrimonio ambientale dell'umanità", la qualità della materia prima (ovvero il suo stato di conservazione, cura e uso) dipenderà molto anche dalla qualità del risultato (la comprensione e affezione del visitatore da cui dipenderà la sua collaborazione alla tutela del bene stesso).

Ad esempio un Parco con il suo territorio rappresenta "l'oggetto da interpretare", da esso si trarranno le informazioni (caratteristiche storiche, geologiche naturalistiche ecc.) necessarie a comunicare il messaggio principale scelto, ma esso rappresenta anche il luogo (il contesto) dove si svolge il processo interpretativo delle esperienze, ovvero "l'oggetto" stesso della fruizione e tutela (parte integrante del prodotto finito).

L'oggetto da interpretare presenta spesso molti aspetti, tra questi vanno individuati quelli principali (che rappresentano l'essenza, l'unicità "dell'oggetto") e quelli connessi ai principali, in relazione all'obiettivo comunicativo e gestionale che ci si pone.

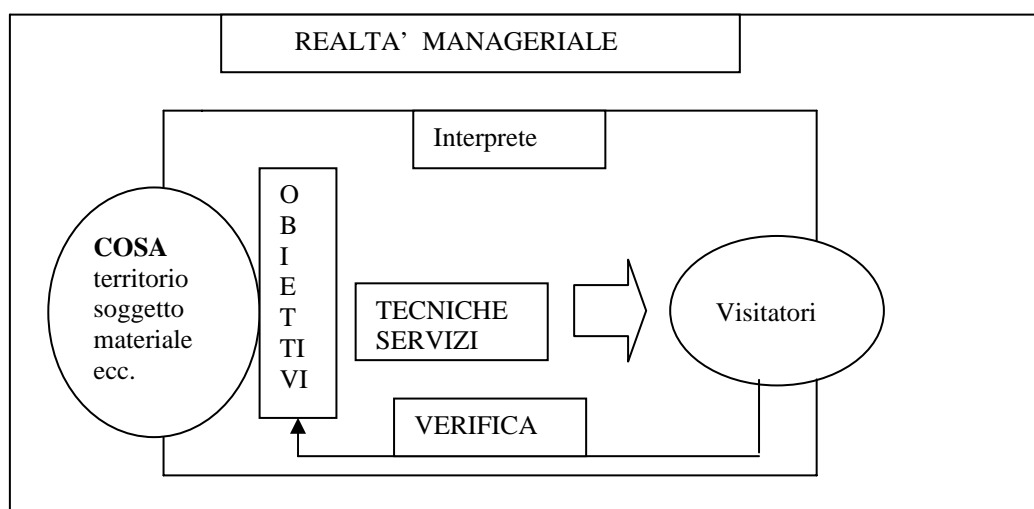
#### **✓ Il visitatore**

Elemento motivante e chiave del processo, il fruitore pone all'interprete (sia esso progettista che operatore) due domande cruciali che devono sempre essere tenute presenti: "Perché io sono qui?", cioè qual è il senso del lavoro dell'interpretazione e quali sono i principali obiettivi di un progetto e di un programma di interpretazione; "cosa mi accade qui?" cioè come raggiungere ed essere sempre in contatto con il visitatore, capire come soddisfare la sua curiosità, bisogni, aspettative (sempre in funzione degli obiettivi gestionali). C'è un concetto fondamentale da tenere presente: chi partecipa ai programmi di interpretazione non pensa di "andare a scuola", cioè non ha una motivazione "imposta", non lo fa perché dovrà superare un esame, imparare un lavoro per guadagnarsi la vita, ecc.. Il fruitore di servizi di interpretazione è un "soggetto non costretto", egli è spinto a partecipare ad attività di interpretazione dal fatto di voler godere di momenti gradevoli, di accrescere, per piacere e diletto, le sue conoscenze-abilità, di arricchirsi di esperienze ed

emozioni. Questo differenzia l'approccio alla comunicazione interpretativo da quello dell'educazione formale.

#### d. Il piano di interpretazione (p. i.)

Chiariti i concetti di processo e sistema e visti gli elementi componenti, vediamo ora i principi su cui si basa la progettazione di un *p. i.*. Esso è definibile come *il progetto comunicativo, di "un'area omogenea", che racchiude in una visione di sistema coerente e sinergica, gli obiettivi, i contenuti, le azioni e gli strumenti per la sua implementazione, al fine di contribuire alla fruizione e gestione per la conservazione dell'area.*(G. Netto 2003). Per "area omogenea" si intende una unità definibile ed identificabile per caratteristiche e struttura omogenee, es. un territorio protetto, un ecosistema, un museo, un'area archeologica, fino anche ad un pannello esplicativo ecc.. Il modello di Gabe Cherem, di processo interpretativo, pubblicato nel 1977 ben sintetizza tale idea



Schema del processo interpretativo (da Gabe e kerem 1977)

Analizzando tale modello abbiamo:

**Cosa:** oggetto da interpretare (territorio, personaggio, monumento, parco, mostra ecc.), ovvero la "storia" da raccontare, interpretare.

Nel secondo box ci sono gli **obiettivi**, i perché del progetto, ciò che si vuole raggiungere. Prima di creare il messaggio ed i servizi si deve conoscere cosa si vuole esattamente ottenere.

**Tecniche e servizi:** rappresentano i modi scelti per realizzare il processo comunicativo (programmi, servizi, strumenti, personale ecc.); le tecniche si basano sui principi di Freeman Tilden, successive evoluzioni di questi.

Nella parte di destra ci sono i **visitatori**, cioè i fruitori del progetto, di cui bisogna accuratamente tenere presente le caratteristiche comprendendo chi sono i destinatari del progetto (provenienza, retroterra culturale, motivazioni ecc.).

Dai visitatori viene il feedback per la **verifica** del processo comunicativo (progetto). Non si saprà mai la qualità di un progetto comunicativo, cioè se raggiunge gli obiettivi, senza una valutazione sul campo rispetto alle risposte dei fruitori.

Tale valutazione assolve a due scopi fondamentali:

Verificare se le tecniche ed i servizi comunicativi sono appropriati al raggiungimento degli obiettivi.

Se gli obiettivi sono, validi, ragionevoli, reali.

Nel processo di valutazione dunque bisogna tenere presente, la revisione degli obiettivi, la modifica delle tecniche e la prova di differenti approcci.

Nel modello appare in un grande riquadro l'**interprete**, (sia progettista che operatore), colui che progetta, che opera e che gestisce tutto il sistema: egli contribuisce notevolmente al progetto con la sua professionalità, personalità, stile.

Infine chiude il modello il riquadro più grande che rappresenta la **realtà manageriale**, (economiche, politiche, umane ecc..) cioè tutte le condizioni, eventi e circostanze che possono condizionare il progetto in fase di progettazione, di realizzazione e di svolgimento.

Questo modello è la base di lavoro per la progettazione di un p. i., cioè per la realizzazione di un progetto di comunicazione con una visione di sistema coerente, efficace e funzionale agli obiettivi.

La progettazione di un p. i. prevede una fase preliminare che riguarda la raccolta dati e l'analisi interpretativa e successivamente la elaborazione del piano.

Un altro aspetto fondamentale di un p. i. è che esso prevede la partecipazione sin dalle prime fasi, oltre che dei tecnici anche degli attori sociali del territorio interessato. Attraverso un processo partecipato gli attori sociali (che rappresentano i portatori della conoscenza e degli interessi del territorio) assieme ai tecnici, (che in questa fase fungono fondamentalmente da facilitatori) costruiscono la visione che coglie l'unicità del territorio e che rappresenterà l'elemento guida per la redazione del piano.

### **e.1 Linee guida per la progettazione di un piano di interpretazione (p. i.)**

Innanzitutto è necessario avere chiaro il perché si vuole realizzare un p. i.; vi sono molti modi di redigere un p. i. in relazione a cosa di esso si vuole fare.

V

- Gli “sforzi comunicativi” di un area (attività, servizi, strutture materiali ecc.) sono scollegati, condotti indipendentemente gli uni dagli altri e senza una valutazione delle necessità, basate sugli obiettivi dell'area.
- Si aspira ad accrescere il coinvolgimento del pubblico (locali e visitatori) e la sua partecipazione con l'Ente al raggiungimento degli obiettivi di gestione dell'area.
- E' fondamentale accrescere l'immagine pubblica dell'ente gestore e creare una coerenza tra tale immagine, messaggi e strategie di comunicazione.
- Si intende sviluppare un elevato senso di appartenenza da parte dei locali e visitatori verso il territorio e le sue risorse tutelate.
- Gli attuali servizi interpretativi, educativi ed informativi, mancano di adeguati fondi, priorità ed integrazione di interventi.
- Gli addetti alla comunicazione dell'area (guide-interpreti, educatori, operatori di centri e musei..) hanno bisogno di strumenti efficaci per coinvolgere ed assistere il pubblico (visitatori e locali).

Esistono diversi tipi di piani di interpretazione a seconda dei livelli di sistema a cui si riferiscono:

#### **Piano Generale di Interpretazione (Interpretive Master Plan)**

Opera al più alto livello di sistema al fine di avere una visione complessa dell'intero sforzo per l'interpretazione di tale area e coinvolge più territori (es. il sistema delle aree protette di una nazione, regione, o di un particolare territorio o organizzazione es. l'Appennino nel progetto APE, o le oasi del WWF). Esso è in connessione con tutti gli altri piani programmatici (es. piano del parco, piano socioeconomico ecc.), ed evidenzia tutti gli

obiettivi, scopi, ed i messaggi principali del sistema. Esso prende in considerazione i programmi interpretativi, gli strumenti e mezzi, i servizi e le strutture.

**Piano di interpretazione**, per un'allestimento, un sito o un'area. (interpretive plan).

Questo piano è più specifico e dettagliato rispetto al piano generale; più legato al sito o parte, e focalizzato in maggior misura su mezzi, allestimenti e programmi. Evidenzia l'unicità dell'area, connessa nondimeno al sistema più ampio a cui appartiene. Ha in se indicazioni specifiche per la realizzazione di media (mezzi e sistemi per la comunicazione con allestimenti, pannelli, punti interpretativi, ecc.) e spesso arriva a livelli di dettaglio di progetto pre-esecutivo (con design, fabbricazione, suggerimenti operativi, materiali, stime dei costi...).

**Piano di interpretazione per un allestimento** (exhibit plan)

È specifico per un allestimento di una mostra o museo o centro visitatori, sentiero, punto o via interpretativa (percorsi tematici) ecc..

Il piano include gli scopi e gli obiettivi specifici, connessi con quelli generali dell'area-sistema in cui sono collocati, oltre ai contenuti, anche i messaggi, le esperienze possibili, i risultati interpretativi, e tutte le indicazioni tecniche fino al progetto esecutivo, se richiesto (compresa l'ideazione dei testi e della grafica).

## **e. 2 Funzioni ed Obiettivi di breve e lungo termine del piano**

Sostanzialmente due sono le funzioni di un'analisi interpretativa e di un p. i.:

- Prima funzione. L'interpretazione deve coinvolgere ogni aspetto dell'esperienza dei visitatori rispetto al luogo visitato, dal loro ingresso alla loro uscita. Una buona interpretazione va oltre il semplice rendere piacevole il luogo, essa deve arricchire l'esperienza del visitatore rispetto al luogo in cui si trova. Una buona interpretazione cattura, stimola, motiva, produce consenso.
- Seconda funzione. L' Interpretazione deve fornire agli addetti alla comunicazione con il pubblico dell'area una prospettiva fresca e nuova del loro lavoro; un punto di vista da parte di coloro (tecnici esterni e popolazioni locali), i quali, non essendo quotidianamente immersi nelle problematiche strette della gestione di quel luogo, ed avendo un'esperienza ed una visione più ampie, possono offrire loro idee e suggerimenti ai quali generalmente tali addetti ai lavori non hanno modo di pensare.

Accenniamo qui alcuni degli obiettivi che l'applicazione del piano dovrà tenere presente.

### Obiettivi di breve termine:

- Definire il sistema comunicativo di base dell'area in esame (messaggi, esperienze, risultati, storie)
- Suggestire uno standard grafico di riferimento per le realizzazioni comunicative (cartelli, segnaletica, materiale divulgativo...)
- Definire un sistema formativo per gli interpreti addetti (programmi, standard, metodologie)
- Rendere visibile e fruibile correttamente, l'area in esame (sistema integrato, benvenuto, orientamento...)
- Definire criteri e mezzi di gestione dei flussi di fruizione all'interno del "sistema area protetta" (territorio, strutture, mezzi, programmi e personale).

### Obiettivi di lungo termine:

- Fare dell'area protetta un modello di riferimento applicativo e formativo nel campo dell'interpretazione naturalistica, al fine di una sua flessibile gestione, sperimentazione, verifica.
- Sviluppare un sistema di coinvolgimento della popolazione locale.

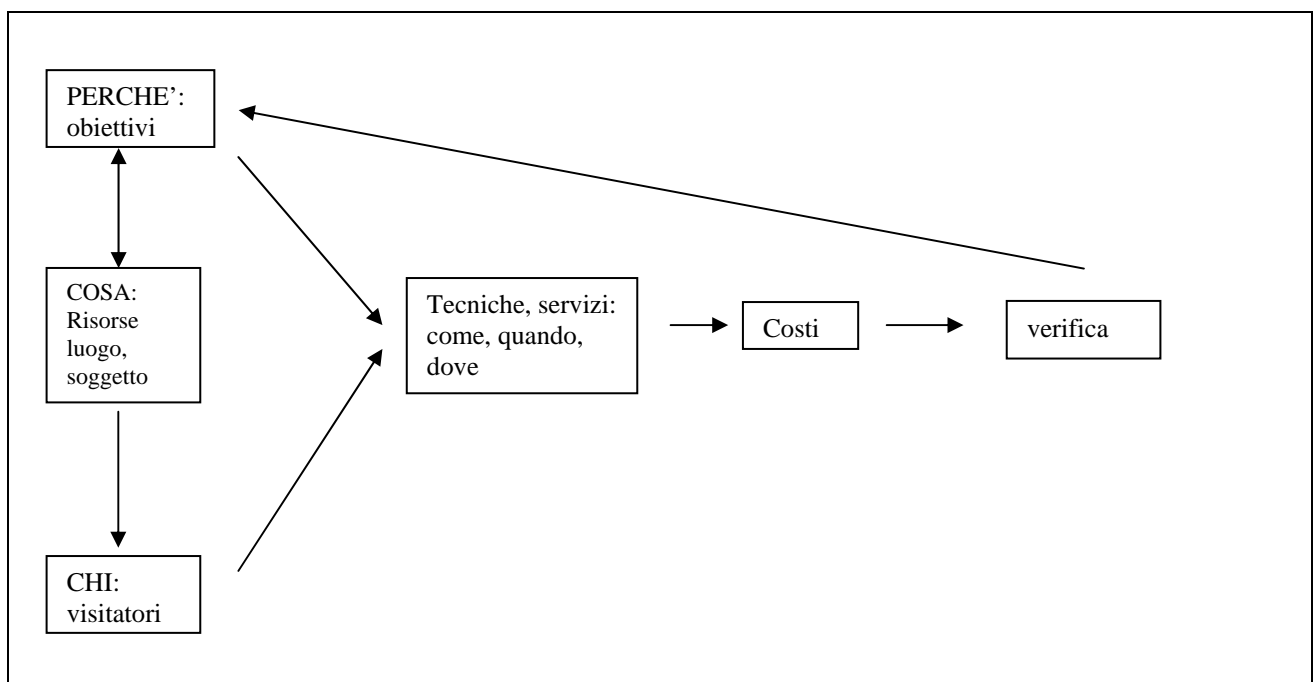
- Promuovere l'immagine e comunicare le strategie di gestione dell'area protetta, per ottenere un consenso sia da parte dei visitatori che della popolazione locale.
- Promuovere attitudini e comportamenti positivi da parte dei visitatori e della popolazione locale, per la tutela del patrimonio ambientale, in particolare dell'area protetta, in generale del pianeta.

### e. 3 Criteri di progettazione del p. i.

Questi sono i criteri di progettazione su cui si fonda il p. i.:

- Realizzare un sistema comunicativo integrato e coerente sul piano dell'immagine, dei servizi e dei contenuti, che si basi su di un "punto focale" e sulle esperienze offerte al visitatore
- Dare il benvenuto ai visitatori
- Orientare i visitatori
- Garantire un flusso comunicativo corretto all'interno dell'Area Protetta
- Realizzare buone esperienze per i visitatori (veicoli)
- Prevedere i risultati per le esperienze
- Realizzare messaggi chiari per ogni esperienza
- Correlare immagini ai messaggi
- Utilizzare agganci per le esperienze
- Utilizzare elementi di organizzazione della conoscenza
- Utilizzare elementi di ricompensa e rinforzo delle esperienze e conoscenze
- Utilizzare elementi di trasferimento di quanto acquisito durante le esperienze
- Fornire un sistema di partecipazione della popolazione locale all'offerta di esperienze per la gestione dell'Area Protetta.

Ci sono molti modelli per la realizzazione di un p. i., tra i più usati c'è quello proposto da Pert/Woods nel 1976.



Schema di Pert/Woods 1976.

Il modello rappresentato ricalca quasi, quello precedente di Gabe Cherem riguardante il processo interpretativo.

In questo modello abbiamo:

- **Cosa:** le risorse interpretative, (gli “oggetti da interpretare”: territorio, personaggio, monumento, parco, mostra ecc.), ovvero i contenuti, i processi, i fenomeni; la “storia da raccontare”.
- **Perché:** gli specifici obiettivi che il progetto si pone ( gestionali, comunicativi, educativi, ecc.)
- **Chi:** I visitatori-fruitori del progetto, come correlare il messaggio, il piano ad essi?
- **Come, quando e dove:** la realizzazione delle attrezzature e mezzi (dai sentieri ai cartelli, ai centri ecc.), la progettazione e presentazione dei programmi e dei servizi interpretativi
- **Costi implementazione:** Quanto costerà (tempi, risorse, finanze, personale) attivare i vari aspetti del piano.
- **Verifica:** come si valuteranno le varie parti del piano per comprendere se tutti gli obiettivi verranno raggiunti, se il sistema funziona in sinergia ed eventualmente cosa non va e come va cambiato (sia in termini di obiettivi, strategie, mezzi e strumenti).

#### BIBLIOGRAFIA (Articolo G. Netto)

BATESON GREGORY, 1976 - *Verso un'ecologia della mente*, Adelphi, Milano.

BATESON GREGORY, 1984 - *Mente e natura*, Adelphi, Milano.

BECK LARRY; CABLE TED, 1998 - *Interpretation for the 21<sup>st</sup> Century*. Champaign, Illinois: Sagamore Publishing.

BROCHU LISA, 2003 - *Interpretive Planning: The 5-M Model for successful Planning Projects*. Fort Collins, CO. The National Association of Interpretation.

CAPRA FRITJOF, 1975 - *Il tao della fisica*. Adelphi.

CAPRA FRITJOF, 1989 - *Il punto di svolta*. Feltrinelli.

CAPRA FRITJOF, 1996 - *La rete della Vita*, BUR. Rizzoli.

CAPRA FRITJOF, 2002 - *la scienza della vita*. Rizzoli.

CHEREM GABRIEL J., 1977- *the professional Interpreter: Agent for an awakening giant*. Association of Interpretive Naturalists Journal. 2(1), August.

GROSS MICHAEL , REIGNIER KATHLEEN, RON ZIMMERMAN, 1994 - *The interpreter's guidebook, Techniques for Programs and Presentations*. UW-SP Foundation Press, Inc. University of Wisconsin, Stevens Point, WI 54481.

HAM SAM H, 1994 - *Environmental Interpretation, a practical guide for people with big ideas and small budgets - North American Press, Golden, Colorado*

LEWIS WILLIAM J., 1989 - *Interpreting for Park Visitors*. Philadelphia, Pennsylvania: Eastern National Park & Monument Association

MANFREDO MICHAEL J. 1992- *Influencing Human Behaviour , theory and application in recreation, tourism, and natural resource management - Champaign, Illinois: Sagamore Publishing Company, Inc.*

MATURANA H. e VARELA F., 1985 - *Autopoiesi e cognizione*, Marsilio, Venezia.

MATURANA H. e VARELA F., 1987 - *L'albero della conoscenza*. Garzanti, Milano

MILLS E. A., 1990 - *The adventure of a Nature Guide - New past Press, 1990.*



MORIN E., 1983 – *Il metodo*, Feltrinelli, Milano.

MORIN E., 1987 – *La vita della vita* Feltrinelli, Milano.

NETTO G., 2000 – *Entervista a... Giovanni Netto. "Ciclos, Cuadernos de comunicacion, interpretacion y educacion ambiental"*, n° 8 dicembre 2000 pg.42-44; Spagna.

NETTO G et alii, 2002 – *Piano di Interpretazione della Riserva Orientata "Isola di Pantelleria": uno studio sugli aspetti comunicativi della riserva. Pubblicato da: Azienda delle Foreste Demaniali della Regione Siciliana, via libert  17, Palermo.*

NETTO G., 2005 – *Pensar y vivir como un bosque – "IHITIZA, por una escuela ecologica"* n° 16 primavera 2005, pg.25 ; Spagna.

PASKOWSKY MICHAEL, 1993 – *Intrepretive Planning handbook* January 1993.

SAURIN JEAN-PERRE, 1989 – *Concevoir les parkings en milieu naturel – L'Atelier* decembre 1989

SCOTTISH NATURAL HERITAGE, 1997 – *SNH's policy – Framework for Interpretation* SNH's Pert 1997

TILDEN FREEMAN, 1977 – *Interpreting our heritage – Chapel Hill, North Carolina: University of North Carolina*

VEVERKA JOHN A., 1994 – *Interpretive master planning - Helena , Montana: Falcon Press Publiscing Co., Inc*

Siti Internet :

[www.IPG.it](http://www.IPG.it)

[www.interpnet.com](http://www.interpnet.com)

[www.snh.org](http://www.snh.org)