

Comunicación y patrimonio, una unión para conservar

Communication and heritage, a union to conserve

Mavel Toirac Suárez

Universidad de Oriente (Cuba)

maveltoirac@gmail.com

Resumen

El presente artículo examina bibliografías de distintos autores que han tratado el tema de la comunicación del patrimonio y presenta, a través de diversos criterios, la influencia que tiene hoy día el periodismo en esta temática. Además, muestra las principales problemáticas y fortalezas de la comunicación del patrimonio a través de la comparación de contenidos publicados por varios autores. Finalmente aterriza en Cuba y los esfuerzos del país para, mediante los medios, comunicar el patrimonio.

Palabras Clave: Comunicación; cultura; patrimonio; periodismo; conservación.

Abstract

This article examines bibliographies of different authors who have dealt with the subject of heritage communication and presents, through various criteria, the influence of journalism on this subject today; it also shows the main problems and strengths of the heritage communication by the comparison of contents published by several authors. It finally lands in Cuba, and shows the country's efforts to communicate the heritage through the media.

Keywords: Communication; culture; heritage; journalism; conservation.

Artículo recibido: 20/07/2017; **evaluado:** entre 20/07/2017 y 20/08/2017; **aceptado:** 11/09/2017.

Hoy día la comunicación debe ir de la mano de la cultura. Es una de las maneras que permite divulgar, conservar, interactuar e instruir, es decir, mantener una relación bidireccional entre los receptores y los contenidos culturales que se transmiten en los medios de comunicación.

El patrimonio se ha asociado a lo largo de la historia como lo perdurable, lo identitario, lo que debemos preservar a pesar del paso de los años. Queda para las nuevas generaciones, para transmitir costumbres, mensajes, ya sea material o inmaterial. Significa continuidad, relación con los ancestros, herencia, por tanto el patrimonio también comunica y como parte indisoluble de la cultura no debemos separarlo de la imprescindible comunicación.

Según declaraciones del historiador de la ciudad de La Habana, Eusebio Leal Spengler, en la emisora *Habana Radio*:

En el mundo entero, la preservación del patrimonio cultural es hoy una de las más intensas preocupaciones de las naciones. Esto ha trascendido de ser un tema puramente de ellas, para convertirse por consenso, en una necesidad y una urgencia. Se trata de la preservación de la identidad, de los rasgos que definen a cada comunidad, a cada continente, a cada país (Oficina del Historiador de La Habana, 2013b: 134).

En la región latinoamericana este tema cobra una notable importancia, sobre todo en la zona del Mar Caribe, teniendo en cuenta que es uno de los sitios turísticos más visitados en el mundo. “Dispendiosa en revistas de viajes el abordaje periodístico del patrimonio adolece de superficialidad y exhibe glosas folcloristas que venden frugalmente, por siglos entronizado, de los caribeño” (Ibídem).

Muchos son los factores que intervienen en esta dualidad que conforman la comunicación y el patrimonio. El presente artículo examina bibliografías de distintos autores que han tratado el tema de la comunicación del patrimonio. Presenta, a través de diversos criterios, la influencia que tiene hoy día el periodismo en esta temática; además muestra las principales problemáticas y fortalezas de la misma a través de la comparación de contenidos publicados. Finalmente, aterriza en Cuba y los esfuerzos del país para, mediante los medios, comunicar el patrimonio.

La importancia del tema se puede ejemplificar con otra referencia a la Oficina del Historiador de La Habana cuando acota:

Comunicar el patrimonio es garantía de su preservación. Ni los decisores gubernamentales, ni los hacedores de la restauración, ni los pobladores de un sitio, portadores ellos mismos del denominado patrimonio intangible, comprenderán su responsabilidad en un asunto que

debiera interesarnos a todos, si no se apropian conscientemente de los valores a perpetuar.

Y el sentido de pertenencia, es sabido, nace del reconocimiento (2013b: 1).

Reconocimiento que se afianza mediante la labor comunicativa ejercida por cada uno de los medios, que dentro de sus contenidos abordan el patrimonio, sus características, sus valores y su conservación.

Haciendo un poco de historia desde que se comenzó a usar el término “Interpretación del patrimonio”, ya este traía implícito el proceso de comunicación, aunque sin tener en cuenta los medios de difusión masiva. Según Torres (2012) el término es reciente, aunque su práctica se remonta a comienzos del siglo pasado. Viene relacionado con la interpretación ambiental, debido a que sus comienzos fueron en parques nacionales. Esta comprendía en sus inicios los primeros diseños de mapas y guías para los visitantes de dichos sitios.

Pero fue exactamente a partir de 1945, luego de la Segunda Guerra Mundial, con el auge del turismo, que “los centros de presentación del patrimonio desarrollaran características especiales, adaptables a las nuevas necesidades” (Torres, 2012: 22).

Por ejemplo, Tilden (Ídem: 43) proponía la difusión al público de los valores naturales y culturales. Definía la interpretación como “una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos”.

Y aunque la comunicación estaba presente desde el principio con el diseño de los mapas y guías, no se tuvieron en cuenta los medios de difusión masiva en el proceso de la interpretación del patrimonio, al menos en los inicios, pues esta era vista sólo desde el trabajo hecho en los museos.

Este mismo autor en su definición usa términos y características propias de la comunicación. De esta forma, a través de la interpretación del patrimonio, se dan los primeros pasos, en materia de comunicación, para la conservación de los valores patrimoniales. La limitante está entonces, en que sólo se tuvo en cuenta el museo como institución que se encargaría de difundir y dar a conocer al público la trascendencia de lo patrimonial.

Dentro del marco de actividades dirigidas a la Comunicación del patrimonio, se plantean como estrategia de comunicación las técnicas de interpretación del patrimonio, cuyo objetivo es facilitar el acercamiento del individuo al entorno natural y cultural. Se trata así de una estrategia creativa de comunicación, destinada a que los visitantes aprecien los valores naturales y culturales de cada lugar, descubran sus significados y consideren la importancia de su conservación. Su función, de acuerdo con Gutiérrez (2012), va por tanto más allá de la mera

información o transmisión de datos acerca del medio interpretado; en este sentido, la interpretación del patrimonio adquiere un valor educativo en la medida en que:

- Repercute en la construcción de la identidad individual y grupal, ayudando a la gente a reconocerse a sí misma a través de una mayor comprensión del entorno que la rodea.
- Favorece el desarrollo de actitudes de respeto y conservación del patrimonio.
- Promueve el aprendizaje de conceptos y la construcción de conocimientos relacionados con el patrimonio natural y cultural.

La interpretación del patrimonio persigue tres objetivos fundamentales que funcionan en tres niveles:

En primer lugar los objetivos de conocimiento, aquello que se quiere dar a conocer al público. En un segundo nivel, más profundo, los objetivos emocionales, es decir, qué sentimientos deberían surgir en las personas a partir de ese conocimiento, para luego llegar a los objetivos actitudinales o de comportamiento, qué nueva actitud o reacción se pretende del visitante a partir de los sentimientos creados por el nuevo conocimiento (Maragliano, 2006: 17).

Si se analiza esta definición existe una estrecha relación con los modelos comunicacionales por tanto, interpretar el patrimonio, es comunicarlo. A medida que el fenómeno se fue estudiando se demostró que:

Al principio algunas exposiciones compartían el denominado modelo de aguja hipodérmica, que era una comunicación simple de estímulo-respuesta (E-R), donde la teoría explica que esta aguja tiene la posibilidad de introducir en el sujeto una información y generar cambios en el funcionamiento del sistema receptor. Una explicación similar proviene también de la psicología conductista (Torres, 2012: 64).

Si analizamos esta afirmación, desde el comienzo la interpretación tomó herramientas esenciales de la comunicación para preservar el patrimonio. Uno de los autores que dejó la simbiosis fue Morales (2004), el cual agrega al concepto de interpretación del patrimonio el modelo de comunicación emisor-mensaje-receptor. Donde el emisor es la institución que elige y codifica un mensaje por algún medio y es captado por el receptor, quien decodifica el mensaje y está virtualmente preparado para emitir una respuesta que el emisor tiene que poder captar.

¿Cómo los medios de comunicación contribuyen a la conservación del patrimonio? La pregunta quizás no pocos se la hacen a diario. Pero la importancia no está en lo que se cuestiona si no en la respuesta y en las acciones que se llevan a cabo como parte de esa respuesta.

La Oficina del Historiador de La Habana (2013b) resalta que la comunicación del patrimonio debe involucrar diferentes factores, que van desde estrategias mediáticas, organizaciones culturales y comunitarias; las cuales deben estar antecedidas de una investigación exhaustiva. Hernández y Ciselli (2015) valoran la comunicación como un derecho y tienen razón cuando la entienden como un fenómeno que tiene tres dimensiones:

1. Como derecho vinculado a la información.
2. Como derecho vinculado a la participación.
3. Como derecho interdependiente con todos los derechos humanos.

El autor explica esta clasificación de la siguiente manera:

toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección. En el derecho a un ambiente sano se reconoce el disfrute y preservación del patrimonio cultural promoviendo la participación en la planificación y gestión urbana (Hernández y Ciselli, 2015: 2)

Y si de comunicación se trata, es imprescindible hablar de los medios como generadores de fenómenos culturales, teniendo en cuenta que “a través de ellos se pueden potenciar iniciativas culturales auténticas, revalidar la diversidad cultural y la autoestima de los pueblos” (Oficina del Historiador de La Habana, 2013b: 3), a lo que no escapa el patrimonio tanto material como inmaterial.

En la actualidad, la radio, la TV, la prensa plana e internet, se han convertido en un mega escenario de información, pero es necesario saber cómo se publican estos contenidos, cómo se reflejan los mensajes y también es necesario conocer los públicos a quienes van dirigidos los mensajes.

Es inútil debatir sobre cuánto se debe informar de patrimonio. La cuestión es cómo aparece y no cuánto aparece. Por tanto, si se tienen las herramientas sólo hay que pensar incluir en los contenidos al patrimonio, con estrategias que abarquen los medios nacionales, provinciales, locales, que alcancen a los televidentes, los radioyentes, los lectores y los cibernautas.

Entonces los hilos que unen la comunicación y el patrimonio tienen que ver con la función que ejercen los medios para contribuir a tomar conciencia en la conservación del patrimonio y su papel en la cohesión social y el desarrollo sostenible.

Lo cierto es que la difusión efectiva permite que el público valore el patrimonio, lo conozca y sepa además del trabajo que se hace para preservarlo. La tarea de difundir crea la conservación preventiva, y es la herramienta más eficaz para conservar el patrimonio.

Es necesario aclarar que los receptores juegan un papel fundamental, siempre y cuando estos se conviertan en entes activos y de cambio. Según Foucault (Martín-Barbero, 1998: 254) “el poder se articula directamente sobre el tiempo”. Es decir, tener presente el momento en que el receptor decide sentarse frente al televisor, la radio, internet y formar parte del mundo que se transmite. Formar parte porque las nuevas investigaciones defienden el concepto de participación, con tres aspectos a tener en cuenta para que sus objetivos se cumplan; el individuo debe formar parte, tener parte y tomar parte del proceso.

Formar parte, significa ser parte de un todo que lo trasciende. Se usa para aludir la concurrencia a una movilización, la asistencia a un evento, el uso de un servicio, con énfasis en lo cuantitativo sobre lo cualitativo. Es la base de procesos como el de generar sentimientos de pertenencia, pues implica un compromiso con el todo en el cual uno se siente incluido. Un segundo nivel de participación, tener parte, está limitado en cuanto a los roles que ejercen los actores, donde cada sujeto pasa a desempeñar algún papel o tener alguna función en ese todo del que uno se siente parte. Implica mecanismos interactivos de adjudicación y asunción de actuaciones, de procesos de cooperación y competencia. La presencia del conflicto es parte ineludible del tener parte; y esto constituye su motor. Implica decidir, participar e incluye un tercer aspecto: la conciencia de que se puede incidir en el curso de los acontecimientos (...) Tomar parte representa el momento de la auténtica participación, pues no sólo significa estar informado sino también opinar y decidir conscientemente sobre los objetivos, metas, planes y acciones de cada una de las etapas del proceso (Rebellato, 2004 apud Rey, 2017: 8).

De la efectividad en la participación, teniendo en cuenta estos tres aspectos, dependerá la capacidad de los receptores para conservar y conocer sobre el patrimonio que les rodea.

El desconocimiento de los valores patrimoniales, por parte de los receptores y de los decisores, es una de las principales consecuencias de las formas erróneas de divulgarlos.

Por tal razón se habla del denominado periodismo cultural, que según la Oficina del Historiador de La Habana (2013: 132) “exige del constante aprendizaje, de la capacidad de los propios medios, universidades, instituciones y organismos regionales interesados, para crear espacios

de concertación, diálogo, y perfeccionamiento de los profesionales de esta área, tan directamente asociada con la apreciación de los valores identitarios”.

Actualmente se aboga por formar a los periodistas en nociones patrimoniales, y a los historiadores, investigadores, arquitectos y demás personas que trabajan en temas de patrimonio, en las claves de la comunicación periodística.

Por su parte Meneses (2011) aclara que es necesario tener en cuenta que no todos los redactores de los medios encargados de divulgar los contenidos referentes al patrimonio, disponen de la especialización requerida para ello, ni la formación universitaria periodística capacita para afrontar la cobertura de los asuntos patrimoniales.

Esto conlleva a que la preservación del patrimonio cultural y natural no aparezca todavía en los medios, sobre todo latinoamericanos, con la profundidad, la creatividad y la fuerza necesaria.

En Cuba, sobre todo en la capital, se hacen notables esfuerzos para cambiar este panorama. Guiados por la Oficina del Historiador de La Habana Vieja, son varios los proyectos que se ejecutan para divulgar el patrimonio en su más amplio significado. Desde su surgimiento, esta institución tuvo como fin custodiar y publicar las Actas Capitulares del Ayuntamiento, prepara conferencias de carácter histórico y difunde la cultura.

Hoy día se encarga además de la restauración del Centro Histórico de La Habana. En 1981 el Estado cubano otorgó a la Oficina del Historiador de La Habana el carácter de inversionista de la financiación del Primer Plan de Restauración del Centro Histórico. El 14 de diciembre de 1982 la UNESCO declaró al Centro Histórico de la Ciudad de La Habana Patrimonio de la Humanidad.

La Oficina ha proyectado importantes restauraciones. El Decreto Ley número 143 del Consejo de Estado otorgó, a partir del 30 de octubre de 1993, facultades excepcionales a la Oficina del Historiador de la Ciudad para la creación y explotación de fuentes económicas propias con el fin de financiar ininterrumpidamente proyectos de restauración.

Otras oficinas existen en el país con fines análogos, sobre todo en las villas fundacionales, aunque algunas todavía carecen de esta necesaria institución. Las existentes forman parte de la Red de Oficinas del Historiador y del Conservador de Cuba.

La Oficina del Historiador de La Habana es quien encabeza los procesos de comunicación del patrimonio, debido a las iniciativas que a lo largo de los años se han llevado a cabo. Podríamos mencionar el ejemplo de Rutas y Andares (1) que a decir de Bermúdez y Cárdenas:

Además de abrir las puertas de La Habana Vieja a la familia cubana, ha conectado a unos y a otros en una experiencia que involucra a todos los componentes del Centro Histórico. Públicos externos e internos interactúan en una iniciativa que confirma la idea de que el

museo, además de conservar e investigar, ha de comunicar desde una concepción contemporánea (2006: 7)

Asimismo está el caso de la emisora *Habana Radio* (2), la cual está al aire 24 horas y “contribuye a promover valores identitarios y conquistar voluntades a favor de la preservación del patrimonio intangible de la nación” (Oficina del Historiador de La Habana, 2013a: 37).

Es además una institución docente que defiende el abordaje científico e investigativo de la comunicación del patrimonio, una materia que hoy no se imparte en las universidades cubanas. La revista *Opus* es otro de los ejemplos de medios que comunican el patrimonio. Fundada por el Historiador de la Ciudad de la Habana Eusebio Leal Spengler, esta publicación tiene como razón de ser la gesta de rehabilitación de la Habana Vieja.

Según la Oficina del Historiador de La Habana, la publicación *Opus*:

respetando la pluralidad de enfoques y la pertinencia según la temática abordada de uno u otro género periodístico (crónica, artículo, entrevista, reportaje, reseña), la publicación privilegia, como se suscribió la conservación y restauración, pero también la relación arte-ciudad, los asuntos ecológicos, las tradiciones y costumbres, en primer instancia habaneras y la Historia de Cuba (2013a: 27).

Precisamente, el final de esta frase relata uno de los principales problemas que tiene la comunicación del patrimonio en Cuba, y es que la mayoría de las iniciativas, o las más eficaces, se realizan en la ciudad de La Habana. Y si analizamos el caso de las localidades más pequeñas, los municipios, todos cargados de interesantes valores patrimoniales, son casi nulos los esfuerzos para comunicar el patrimonio.

La siguiente reflexión de la Oficina del Historiador de La Habana resume la importancia de la comunicación del patrimonio:

Debemos recolocar o plantar el tema en la circulación pública, redescubrir para las comunidades y naciones, sus tradiciones, costumbres, modos de vivir, sentido de la creatividad, manifestaciones del arte y la literatura, la historia y los tesoros naturales que pasan muchas veces inadvertidos, aun cuando se trata de bienes de interés cultural que pesan en la vida cotidiana. Semejante discernimiento propiciaría un *in crescendo* del sentido de pertenencia, tan esencial para determinar conductas favorables a la preservación de los valores patrimoniales (Oficina del Historiador de La Habana, 2013b: 135).

A modo de conclusión, se trata de poner al alcance de las personas herramientas que les permitan clasificar qué tiene valor patrimonial y qué tiene interés cultural, dentro de lo que les rodea. Para esto es necesario usar las ventajas de los medios, en cada país, en cada provincia o estado, en cada municipio, en cada pedacito de tierra, donde existan valores identitarios, patrimoniales que los ciudadanos deben conocer y conservar.

Como no son los pobladores de un sitio masas uniformes y homogéneas, hay que delinear estrategias comunicativas para muy diversos públicos y emplear todos los recursos que faciliten la recepción de los mensajes de interés cultural. Niñas y niños, adolescentes y jóvenes como prioridad, estudiantes universitarios, adultos de la tercera edad, académicos y aprovechar todos los soportes comunicativos contemporáneos y todos los géneros periodísticos (Oficina del Historiador de La Habana, 2013b: 135).

Es importante resaltar que los medios, además de aportar gran parte de la información que les interesa a los televidentes, radioyentes, lectores y cibernautas, facilitan la construcción de la realidad de acuerdo a la cual las personas pueden o no desplegar su comportamiento respecto a algo.

Es imprescindible también aumentar, a través de la comunicación, la participación cultural, implicar a los sujetos, para convertirlos en agentes de cambio, conscientes del entorno que les rodea y de los atributos que este posee, incluyendo el patrimonio.

La cuestión está, más que en el contenido, en la forma; es decir, la capacidad de presentar a las personas, textos, audiovisuales, artículos web, que sean atractivos, que estén lejos de la rutina, de los cliché, que se adecuen a las necesidades de información y entretenimiento y que inteligentemente muestren al patrimonio y la importancia que tiene conservarlo.

Lo cierto es que la comunicación es parte importante de la vida cotidiana, en las calles, en el auto, en el trabajo. Los medios de comunicación en todos sus formatos son herramientas; pongámoslos en función de nuestro patrimonio y de nuestra herencia cultural, para conservar el presente y el futuro de la sociedad.

Notas

(1) Rutas y Andares es una iniciativa que tiene un marcado interés por la conservación y salvaguarda del patrimonio cultural. Abre las puertas de la Habana Vieja a la familia, con recorridos especializados por el Centro Histórico. Tiene en cuenta las edades de quienes participan, lo que permite visitas dirigidas y el contacto de los participantes con la

historia, la conservación y la herencia patrimonial. En los últimos años ha trascendido los límites del Centro Histórico para llegar a otros sitios importantes de la Ciudad de La Habana.

(2) La emisora transmite por la FM 106.9. Cuenta con el apoyo de profesionales afines al medio. Cuenta con un sello disquero cuyas producciones de música y multimedia se distribuyen en bibliotecas públicas y especializadas, en escuelas y centros de investigación. Cuenta con un sitio web que permite se conozca en todo el mundo a través de internet www.habanaradio.cu.

Bibliografía

- Bermúdez, L. y Cárdenas, K. (2006). *Nuevas Rutas y Andares para comunicar el patrimonio*. (Tesis de maestría). Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Gutiérrez, R. (2012). Educación Artística y Comunicación del Patrimonio. *Arte, Individuo y Sociedad*. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARIS.2012.v24.n2.39035
- Hernández, M. y Ciselli, G. (2015). Comunicar para proteger el patrimonio cultural. Aportaciones desde un estudio etnográfico. Recuperado de <http://revista.Revcom.es/index/articula/12780>
- López, M.; López M. y González, L. (marzo de 2012). Cultura y comunicación: una relación compleja. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Marzo 2012. Recuperado de www.eumed.net/rev/cccss/19/
- Macía, J. (1997). La fuerza del periodismo local en la era de la globalización electrónica. En Rodríguez, M. (2005). *Tendencias del periodismo contemporáneo* (Selección de Lecturas) (pp. 38-49). La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.
- Maragliano, M. (2006). Interpretación del Patrimonio: una experiencia de conocimiento que revela significados. Recuperado de <http://www.interpretaciondel patrimonio.com/boletin/index.php/boletin/article/view/243/243>
- Martín-Barbero, J. (1986). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Barcelona: Ediciones Gil.
- Meneses, M. (2011). Periodismo, *medias* y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(2). Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/38120/36872>
- Oficina del Historiador de La Habana (2013a). *Comunicar el patrimonio. Experiencias de la Oficina del Historiador de La Ciudad de La Habana*. La Habana, Cuba.

- Oficina del Historiador de La Habana (2013b). *Comunicar el patrimonio*. Apuntes teóricos. La Habana, Cuba.
- Pineda, M. (julio de 2001). ¿Qué investigar hoy sobre comunicación en América Latina? *Diálogos de la Comunicación*, 62. Recuperado de http://www.geocities.com/carcam2000/articulos/PonenciaAPLP_ALAIC.pdf
- Rafael, L. (2010). *Identidad y descolonización cultural. Antología del ensayo cubano moderno*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.
- Rey, L. (2 de septiembre del 2017). Lo comunitario y la participación en la televisión para el caso cubano. Recuperado de <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/inter/article/download/6896/5909>
- Torres, M. (2012). *El diseño en la comunicación del patrimonio cultural*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1545.pdf
- Vichot, G. (2 de septiembre de 2016). El CIP apuesta por la conservación del patrimonio. *Cuba Ahora*. Recuperado de <http://www.cubahora.cu/sociedad/el-cip-apuesta-por-la-preservacion-del-patrimonio>