

34

Fecha de presentación: enero, 2019

Fecha de aceptación: marzo, 2019

Fecha de publicación: abril, 2019

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

DE LA OFICINA DEL CONSERVADOR DE LA CIUDAD DE CIENFUEGOS PARA LA EDUCACIÓN DEL VALOR CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

COMMUNICATION STRATEGY OF THE OFFICE OF THE CONSERVATIVE OF CIENFUEGOS CITY FOR THE EDUCATION OF THE VALUE CONSERVATION OF THE CULTURAL HERITAGE

Marianela Dávila Lorenzo¹

Email: mdavila@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5651-958X>

Iraida Lorenzo Suárez¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1903-3190>

¹Universidad de Cienfuegos. Cuba.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Dávila Lorenzo, M., & Lorenzo Suárez, I. (2019). Estrategia de comunicación de la oficina del conservador de la ciudad de Cienfuegos para la educación del valor conservación del patrimonio cultural. *Universidad y Sociedad*, 11(3), 266-273. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

RESUMEN

Cada día resulta impensable opacar las posibilidades de la comunicación como una herramienta de gestión en los procesos de restauración, conservación y sensibilización ciudadana en torno a los bienes culturales y patrimoniales de un estado o nación. Específicamente, el presente estudio se centra en la presentación del diseño de una estrategia de comunicación de bien público orientada a la educación del valor conservación del patrimonio cultural en la comunidad Centro Histórico Urbano de Cienfuegos. Con el fin de dar cumplimiento al objetivo planteado se utiliza el método etnográfico y diferentes técnicas de recogida de información (entrevista, observación, análisis de contenido y grupo de discusión). Los principales resultados al explorar las manifestaciones del valor conservación señalan indisciplinas sociales que afectan la arquitectura, orden y limpieza del entorno ciudadano, además, de una insuficiente labor educativa a través de los medios de comunicación masiva provinciales. La implementación de la estrategia diseñada contribuirá a solventar las problemáticas identificadas y al cumplimiento de la misión social de la Oficina de Conservador de la Ciudad de Cienfuegos como entidad rectora en la labor conservacionista en el Centro Histórico Urbano de Cienfuegos.

Palabras clave: Valor conservación, patrimonio cultural, estrategia de comunicación.

ABSTRACT

Every day it is unthinkable to obscure the possibilities of communication as a management tool in the processes of restoration, conservation and public awareness about the cultural and heritage assets of a state or nation. Specifically, the present study focuses in the presentation of the design of a public-welfare communication strategy, oriented to the education of the value conservation of cultural heritage in the Historical Urban Center of Cienfuegos City. In order to fulfill the objective set, it is used the ethnographic method and different information gathering techniques (interview, observation, content analysis and discussion group). The main results when exploring the manifestations of conservation value, indicate social indiscipline that affect the architecture, order and cleanliness of the urban environment, in addition to an insufficient educational work through the provincial mass media. The implementation of the designed strategy will help to solve the problems identified and the fulfillment of the social mission of Cienfuegos City Conservative Office as the guiding entity in the conservation work in the Historical Urban Center of Cienfuegos City.

Keywords: Conservation value, cultural heritage, communication strategy.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, resulta imposible desvincular los procesos comunicativos de cualquier estrategia de conservación y gestión del patrimonio. Lo que en un inicio resultó inconcebible considerar por ciertos patrimonialistas excluyentes, es hoy un instrumento reconocido para impulsar el rescate de los valores patrimoniales y la rehabilitación integral de los centros históricos.

Por ello, se asume que, 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 (Resik, 2017).

En Cuba, desde 1938, con la fundación de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, por Roig de Leuchsenring se inicia un amplio trabajo de rehabilitación integral del patrimonio en el Centro Histórico habanero. Para ello se apoyan en una filosofía de comunicación única, que abrió las puertas a la gestión de la institución con los ciudadanos, principales protagonistas en el rescate y conservación de La Habana Vieja y su sistema de fortificaciones, declarados en 1982 por la UNESCO, Patrimonio Mundial.

La labor desarrollada por Emilio Roig de Leuchsenring estuvo marcada también por la creación de medios de comunicación para la promoción del arte, la literatura, la historia y el patrimonio nacional. Esto constituye hoy una vasta experiencia y tradición heredadas del pasado siglo que se retoma a finales de la década del sesenta por el Doctor Eusebio Leal Spengler, segundo Historiador reconocido de la Ciudad de La Habana, quien también ha contribuido a preservar la memoria histórica y la conservación del patrimonio, aunando esfuerzos alrededor de un tema que había quedado confinado ante las circunstancias económicas y sociales.

La capital cubana no es la única que sobresale en el trabajo de conservación y restauración de monumentos y sitios con valor patrimonial, sino que es una labor que se extiende por todo el país y que en estos últimos veinte años se ha revertido en la denominación de más de 5 ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Uno de los lugares que recibió la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad fue el Centro Histórico Urbano de Cienfuegos en la 29 sesión del Comité del Patrimonio Mundial efectuada en Durban Sudáfrica el 15 de julio del

año 2005, especialmente por ser un ejemplo excepcional de la arquitectura de las leyes de indias en la modernidad, su orden y limpieza.

La declaratoria es considerada como el hecho cultural más importante, que ha tenido Cienfuegos desde su fundación en 1819, lauro que la convierte en la única ciudad del siglo XIX en América incluida en la lista del Patrimonio Mundial. El premio se muestra como el resultado de la rica historia, la cultura, la diversidad de manifestaciones y expresiones y, sobre todo, al sentido de pertenencia.

El hecho que el Centro Histórico Urbano de Cienfuegos recibiera este reconocimiento indicó un punto de partida para que la Oficina del Conservador de la Ciudad de Cienfuegos (OCCC), el Gobierno y los medios de comunicación provinciales reforzaran el trabajo de sensibilización en aras de promover la conservación del patrimonio cultural. Entre las acciones desarrolladas en tal sentido se encuentran los barrios debates, las charlas, círculos de interés en las escuelas, lanzamiento de spot en la radio y la televisión, publicación de artículos y comentarios en el periódico. Aunque es válido señalar que estas se realizan de forma aislada no presentan sistematicidad y frecuencia estable.

Los mensajes transmitidos están orientados a ofrecer información sobre el patrimonio cultural porque es cierto que lo que no se conoce no se valora, y lo que no se valora no se cuida y lo que no se cuida no se preserva y se usa para las presentes y futuras generaciones. Aunque en la actualidad se debieran transmitir mensajes que tributen al desarrollo de una actitud responsable del ciudadano ante el patrimonio en la localidad cienfueguera, porque persisten indisciplinas que lo dañan ostensiblemente. La necesidad fundamental no está centrada en que el cienfueguero conozca dónde vive sino defienda ese patrimonio cultural y su comportamiento sea el principal protagonista de su conservación.

Además, la retroalimentación como medidor de la efectividad de las acciones planificadas está dada a la espontaneidad y no existe una investigación que sustente su proyección actual de trabajo, de ahí, la importancia de direccionarlo sobre la base de un diagnóstico, para tributar con mayor efectividad a la conservación social del patrimonio.

Por las razones expuestas anteriormente se propone como objetivo general proponer una estrategia de comunicación de bien público para la educación del valor conservación del patrimonio cultural en la zona A del municipio de Cienfuegos.

La estrategia de comunicación de bien público trazada responde a los objetivos de la UNESCO en relación con la promoción y educación ciudadana del patrimonio cultural en los países latinoamericanos, específicamente con una cobertura más amplia al tema de patrimonio en los diferentes medios de comunicación. También tributa a una de las líneas de investigación y desarrollo de la propia OCCC vinculado a su objeto social, porque en la actualidad constituye una necesidad cada vez más acuciante promover estudios que empleen la comunicación como un proceso para la conservación del patrimonio.

En tal sentido se localizan como antecedentes de investigación en la temática: en el contexto nacional, Resik (2010), aborda los "Medios para comunicar el patrimonio: La experiencia de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana"; Cárdenas (2010) elaboró una estrategia comunicacional en el Centro Histórico de la Ciudad de la Habana: Rutas y Andares y en la provincia de Cienfuegos Campillo (2011), presenta una estrategia de comunicación para el conocimiento de los valores patrimoniales del Centro Histórico Urbano del Municipio de Palmira. Los estudios referidos en tal sentido revelan la necesidad de profundizar en la temática confiriéndole pertinencia a la propuesta presentada.

En la presente investigación se asume la conservación social del patrimonio cultural como valor susceptible de potenciarse a través de un proceso de comunicación con fines educativos. De ser así se impulsa el actuar ciudadano de forma permanente porque significa apropiarse de un valor que forma parte de la cultura cienfueguera. Cuando se dice que forma parte es referencia a una idea compartida, a creencias compartidas que guían el pensamiento y la acción. Al apoyarse en dichos supuestos para promover el cuidado del patrimonio cultural y la preservación de esa cultura se logra de forma más efectiva los objetivos propuestos.

Para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos propuestos se utiliza el método etnográfico que pertenece al paradigma humanista interpretativo. Los estudios etnográficos según Patton, citado en Hernández, Fernández y Baptista (2006) "*pretenden describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades*" (p. 730). La etnografía implica la descripción e interpretación profundas de un grupo o sistema social o cultural.

El método etnográfico se emplea en la presente investigación porque permite desde el propio escenario de los habitantes zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos, desde su propia cultura, (en la que existe un grupo de signos, símbolos y significados comunes)

caracterizar las manifestaciones del valor conservación. Además, las acciones de comunicación de bien público propuestas de forma estratégica parten del consenso del grupo de discusión que está formado por habitantes de la propia zona A.

La presente investigación que emplea una metodología cualitativa se caracteriza por realizar un muestreo no probabilístico, en el que la elección de los elementos o casos no depende de la posibilidad, sino de razones relacionadas con las particularidades u objetivos de la investigación. Con las muestras no probabilísticas no se pretende generalizar los datos del estudio a una población concreta, en estas "*el tamaño no es importante desde una perspectiva probabilística*". (Hernández, et al, 2006, p. 561). Para la realización de esta investigación se trabaja con informantes claves e informantes, selección que es dirigida e intencional.

Estos son los criterios para la selección los informantes claves: el intercambio continuo con los habitantes de la zona A, especialización en el tema, disposición para colaborar con la investigación, tiempo disponible para ofrecer informaciones. Entre los informantes claves se encuentra: el director de la Oficina del Conservador de la Ciudad de Cienfuegos (OCCC), la directora del Departamento de Gestión, Promoción y Relaciones Públicas de la OCCC, la Socióloga de la OCCC, una miembro del Departamento de Higiene de Comunales Municipal, trabajadores de los medios provinciales y cederistas.

Los informantes de la investigación fueron seleccionados según los criterios presentados a continuación: vínculo con las personas que viven en la Zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos, un rol provechoso para la obtención de información, reconocimiento de la pertinencia de la investigación, cooperación con el proceso investigativo. Los informantes concebidos fueron los siguientes: Jefe de Departamento del Censo de Población y Vivienda de la Oficina Nacional de Estadística e Información, Arquitecta Productor Audiovisual y Periodista de la Oficina del Conservador de la Ciudad de Cienfuegos, en la Circunscripción # 7 y tres presidentes de los Comité de Defensa de la Revolución.

DESARROLLO

La conservación social del patrimonio cultural constituye un valor que forma parte de la cultura de los habitantes de la zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos. Estos elementos se han confirmado a través del análisis de documentos, la observación participante y la entrevista en profundidad los cuales coinciden en el predominio de una adecuada limpieza, orden y preservación de la arquitectura.

Se precisa por los informantes que en sentido general existe una actitud favorable de los habitantes hacia la conservación del patrimonio cultural cienfueguero, pero todavía se manifiestan comportamientos negativos que lo dañan. El director de la OCCC al respecto señala: “con el cienfueguero se puede trabajar, es amante de su ciudad, es su orgullo.” “El cienfueguero está enamorado y le encanta prestigiarse con ese reconocimiento de Patrimonio Mundial, lo han hecho suyo. Porque a la hora de instrumentar ese amor que usted tiene que compaginar con sus necesidades, hay quien me dice: “yo lo siento pero tengo que cortar esta ventana en dos, se me pudrió la parte inferior ¿Qué hago? Dame una solución, pero necesito resolver mi problema”.”

Según los entrevistados las principales afectaciones se presentan en la arquitectura por la escasez de recursos e indisciplinas sociales. Con relación al primer elemento es válido señalar que la zona A es la más antigua de la ciudad y requiere de gran número de reparaciones. Algunos informantes han señalado: “el Centro Histórico, es la parte más bonita de la ciudad, pero como algunos dicen, parece una vieja con colorete.” “Si bien en el centro confluyen las personas más pudientes, también hay otras que no pueden construir y viven en cuarterías viejísimas que se están cayendo, cuarterías que en otro momento eran edificaciones importantes.”

En la actualidad los materiales que reciben las personas con problemas constructivos en sus viviendas no favorecen la preservación de la arquitectura original de sus inmuebles. En tal sentido la arquitecta de la OCCC advierte: “No hay diferenciación si aquí lo que lleva es teja francesa, criolla o madera. Pero en estos momentos hay un mayor entendimiento con el Instituto de la Vivienda; pero hasta hace un tiempo cuando pasaba un ciclón a mí me daban los mismos materiales que La Juanita o Tulipán y la gente tenía que usarlo. Es un reto, porque muchos de los materiales que necesita la población que vive en Centro Histórico no son los que se le ofertan todavía”.

Se corrobora también con relación a la arquitectura que la población e instituciones realizan transformaciones en las fachadas, específicamente rompen las molduras, la disposición de los vanos, la carpintería y el tratamiento en sí de la misma fachada. Además, no pintan con un mismo estudio de color la cubierta de los inmuebles.

Precisan los informantes que las afectaciones producidas a los monumentos nacionales o locales, plazas o paseos relevantes no resultan significativas pero los que más inciden son los niños y adolescentes al tirar macilla en las paredes, subirse en los bancos, pintar las paredes con grafiti y jugar en los céspedes. También los jóvenes afectan

el ornato público en estos sitios “gritan groserías... malas palabras”. A través de los instrumentos aplicados se reitera que las mayores afectaciones al patrimonio local estaban dadas por estos grupos etarios (niños, adolescentes y jóvenes), opinan que “se necesita trabajar fuerte con ellos, tienen muy poco sentido de pertenencia”.

La Jefa de Higiene de la Empresa de Comunales del municipio Cienfuegos expresa que para mantener una adecuada limpieza en la zona existe un equipo de trabajo que garantiza la recogida de basura en la ciudad. Estas se realizan tres veces al día a las 8:00 pm, a las 4:40 am y a la 1:00 pm.

Aunque dichos horarios han sido difundidos entre la población se muestra poco conocimiento, frases como esta lo confirman: “¿qué hay tres recogidas?” “yo sé que se recoge a las 8:00 pm nada más”. Esto repercute en que las personas saquen la basura una vez que ha pasado el camión y las bolsas se queden en la calle. Como consecuencia: “con la lluvia, el viento, los perros callejeros se forme tremendo reguero en la calle”. El incumplimiento de los horarios establecidos no está a cargo solamente de las personas que viven en la zona sino también por las instituciones “una vez que terminan de descargar sus productos echan todas las cajas y nailon en la calle.”

Uno de los elementos señalados por los informantes que favorece el cuidado de la limpieza es la amplia disponibilidad de cestos de basura en los lugares públicos. Pero no es así para las viviendas, las personas colocan al frente de sus casas una bolsa con los desechos y el camión en el horario establecido la recoge. Para depositar los escombros u otro tipo de desecho sólido les resulta muy difícil no tiene un lugar donde colocarlo porque el camión de basura no lo recoge “no es fácil cuando uno termina de construir tiene que pagarle a un cochero para que te bote los escombros bien lejos”.

El orden es uno de los elementos que menos se ve afectado por los pobladores en la zona A aunque existen personas que rompen la acera para convertirlas en rampas de accesos a vehículos motores. También rompen un vano para hacer un garaje, ubican puertas que abren hacia afuera y ponen aires acondicionados y escaleras de acceso a las viviendas e instituciones que obstruyen la vía pública.

Los elementos expuestos anteriormente constituyen una caracterización de las manifestaciones del valor conservación en la población inscrita en la zona A. Esta caracterización se realiza en medio del contexto de los habitantes con una apropiación de los significados, signos y símbolos de su cultura. Los resultados obtenidos a partir del análisis de la categoría del valor conservación se

tienen en cuenta para la realización de la estrategia de comunicación de bien público.

1.2 Estrategia de comunicación de bien público para la educación del valor conservación del patrimonio cultural en la zona A del municipio Cienfuegos.

La estrategia de comunicación de bien público propuesta tiene como objetivo contribuir a la educación del valor conservación en la zona A del municipio de Cienfuegos. Esto se cumplimenta a través de las acciones de comunicación orientadas al desarrollo de conductas favorables con relación al orden, limpieza y preservación de la arquitectura. Al lograrse el objetivo trazado permite que los habitantes de la zona posean una mejor calidad de vida, además se perpetua la condición de Patrimonio Cultural de la Humanidad que ostenta el Centro Histórico Urbano de Cienfuegos de Cienfuegos.

A través de los instrumentos aplicados se conoce que la OCCC y los medios de comunicación provinciales realizan acciones de comunicación para influir en el comportamiento favorable de los ciudadanos hacia el entorno patrimonial pero no siguen para ello ningún procedimiento metodológico (estrategias o campañas). Tampoco tienen en su concepción la conservación social como un valor susceptible de ser educado. Estos elementos expuestos anteriormente determinan que la estrategia sea de lanzamiento, al no constatar la existencia de otra que se debiese dar continuidad con características afines.

Objetivo General:

Promover la educación del valor conservación del patrimonio cultural en la zona A del municipio de Cienfuegos.

Objetivos específicos:

- Potenciar el cuidado de la arquitectura entre los pobladores de la zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos.
- Estimular la limpieza de la ciudad entre los pobladores de la zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos.
- Fomentar el orden de la ciudad en la población inscrita en la zona A.

Definición de los públicos:

Las acciones de la estrategia de comunicación de bien público están orientadas a segmentos específicos dentro de la población general de la zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos. Dicha segmentación se realizó por edades, con un primer grupo formado por los niños de 5 a 10 años, un segundo grupo por los adolescentes

de 11 a 19 años, un tercer grupo de 20 a 30 años (jóvenes) y un último grupo de 31 a 60 años (adultos).

Tiempo de la estrategia:

El tiempo de duración de la estrategia de comunicación de bien público es colegiado con el grupo de discusión. Finalmente se propone que este determinado por tres etapas, informativa, persuasiva y de recordación, llevadas a cabo en un periodo de dos años. La etapa informativa es considerada la primera y con una duración de 4 meses, la persuasiva de 12 meses y la de recordación 8 meses. Uno de los factores que se consideró para determinar un largo periodo de duración de la estrategia fue el objetivo general, encaminado a la educación del valor conservación del patrimonio cultural.

Fase # 2:

Elaboración de los mensajes:

Las líneas de mensajes se ubican en tres etapas como se ha descrito anteriormente. En el primero se sitúan los mensajes de carácter informativo. Estos están dedicados a los 11 monumentos nacionales, a los 13 Monumentos locales, a edificios y locales puntuales de la ciudad, además de las leyendas, los símbolos y atributos cienfuegueros. También se incluyen mensajes sobre los nueve patrimonios culturales y naturales de la humanidad declarados en el país.

Estrategia creativa:

La estrategia creativa constituye uno de los pasos más importantes de la estrategia general trazada. Es aquí donde se definen visualmente los elementos que la identificarán.

Slogan: "La Perla, tesoro compartido"

Imagotipo:



Estrategia de medios

Las etapas diseñadas como parte de la estrategia de comunicación de bien público serían imposibles desarrollarlos sin una estrategia de medios, en la que se seleccionaran las acciones de comunicación. Las acciones previstas según el orden de prioridad en la selección: plan de capacitación, círculo de interés, talleres manuales, visitas dirigidas, proyección de videos, barrios debates, relaciones con los medios de comunicación masiva,

concursos, exposiciones, carteles, sueltos, plegables, afiches, spot radiales y televisivos, multimedia y objetos promocionales: almanaques, pegatinas, pulóver, gorras.

La estrategia de medios también se estructura a partir de las tres fases ya descritas con el fin de informar, persuadir y recordar. En cada una de ellas se precisan las acciones

que se deben desarrollar y una muestra de ellas en algunos casos. Los escenarios en los que se trabajaran son: los CDR (Comités de Defensa de la Revolución) y las escuelas secundarias y primarias de la zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos, también se prevé desarrollar otras desde los medios de comunicación.

Tabla1. Planificación de medios:

Medios Seleccionados	Nivel de participación en la estrategia		1 Etapa		2 Etapa		3 Etapa	
	Representación	Porcentaje	Representación	Porcentaje	Representación	Porcentaje	Representación	Porcentaje
Prensa	5	8%	2	11%	2	9%	1	5%
Televisión	13	21%	4	21%	4	17%	5	25%
Radio	7	11%	3	16%	3	13%	1	5%
Carteles	6	10%	2	11%	3	13%	1	5%
Plegables	7	11%	1	5%	2	9%	4	20%
Afiches	4	6%	1	5%	2	9%	1	5%
Sueltos	8	13%	2	11%	2	9%	4	20%
Acciones C-C	9	15%	3	16%	3	13%	3	15%
Objetos promocionales	3	5%	1	5%	2	9%	0	0%
	62	100%	19	31%	23	37%	20	32%

Fase # 3: Implementación

La estrategia está diseñada para que se implemente en un periodo de dos años. Esta atraviesa por tres etapas: introducción, desarrollo y madurez. La etapa de introducción se hace coincidir con las acciones de carácter informativo. La segunda etapa que se propone es la de desarrollo en la que se realizan las acciones con un fin persuasivo. La madurez se alcanza con la puesta en práctica de las acciones que tiene la intención de recordar. Esta se debe implementar teniendo en cuenta de forma minuciosa cada una de las observaciones señaladas.

Entre las acciones planificadas se prevén:

Plan de capacitación a promotores de la conservación del patrimonio cultural cienfueguero: esta acción se propone con el fin de capacitar a niños, adolescentes, jóvenes y adultos interesados en trabajar como promotores de la conservación del patrimonio cultural cienfueguero de forma más organizada y directa en la comunidad donde viven, escuelas o centros de trabajo a fin de contribuir al objetivo general de la estrategia.

Círculo de Interés "Amigos del Patrimonio": el Círculo de Interés Amigos del Patrimonio es una actividad educativa organizada por la subdirección de Gestión, Promoción Cultural y Relaciones Públicas de la OCCC. Este solamente se desarrolla en la secundaria básica "5 de septiembre" ubicada en el mismo Parque José Martí zona de más alto valor patrimonial. Además, es donde se localizan mayores dificultades en los estudiantes que reciben ejemplos negativos de asedio al turismo, y esta es una vía para contrarrestar los efectos de esta situación.

Taller manual "A crear": el Taller manual es una propuesta creativa para vincular a los estudiantes a hacer trabajos manuales: paisajes de la ciudad y cestos de basura como alternativa viable para proteger su entorno más cercano. Además, los trabajos realizados formarán parte de exposiciones que se ubicarán en el boulevard cienfueguero como material promocional de impacto. Esta actividad se realizará con una frecuencia de cada dos meses en los distintos centros educativos de la zona A del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos.

Visitas dirigidas: una atractiva característica que ofrece la educación del patrimonio cultural es la oportunidad de sacar al estudiante de su centro de estudios y llevarlo a visitar sitios y museos. Para obtener un efecto óptimo, las visitas requieren una metódica planificación, una efectiva organización y actividades de seguimiento.

Proyección de videos: los materiales audiovisuales que se proyectarán están pendientes a su elaboración. La frecuencia de realización de esta actividad será cada tres meses. Los responsables de organizar la exposición del video e los centros educacionales es la subdirección de Gestión, Promoción Cultural y Relaciones Públicas.

Barrios debates: estos están orientados a promover la conservación desde los propios barrios. En estos servirá como apoyo los promotores previamente preparados. Para la realización de estos se deben apoyar en los directivos de la OCCC, los CDR y zona.

Comparecencia en los medios de comunicación: se realizará a través de las emisoras "Radio Ciudad del Mar", Fernandina Radio, y el Telecentro Perlavisión. A estas

comparecencias asistirán el director de la OCCC y otros ejecutivos del gobierno de la zona (presidentes del Consejo Popular o Circunscripciones) que expondrán los objetivos de la estrategia, y los beneficios que representa la conservación del patrimonio mueble e inmueble para los ciudadanos. Estas comparecencias deben captar la atención del público destinatario de la estrategia.

Comentarios y reportajes: Estos tendrán como finalidad sensibilizar a la población a la conservación del patrimonio cultural mueble e inmueble. Puede emplearse opiniones de las personas que hayan participado en acciones desarrolladas por la OCCC. Se realizarán a través de los medios de comunicación provinciales: "Radio Ciudad del Mar", el Telecentro Perlavisión, el periódico "5 de septiembre" y la radio base Fernandina.

Actividades por el aniversario de la fundación de la ciudad: debe acompañarse de música de cantantes cienfuegueros, spots publicitarios y ambientación en los lugares más céntricos de la ciudad. Todos estos recursos llamarán la atención y despertarán interés en el público por la celebración. Puede acompañarse además de otras actividades participativas, rifas, etc.

Concurso "Por mi comunidad": este concurso de lanzará con una frecuencia anual y se anunciará a través de los medios de comunicación provinciales y otros instrumentos promocionales. La entrega de premiaciones será después de tres meses de lanzada la convocatoria y haber recibido todos los trabajos. Las categorías de participación son: ensayo, poesía, dibujo, cartel, audiovisual.

Exposiciones: las exposiciones se realizarán como una acción de apoyo a los talleres manuales en los centros educativos. Estas contribuirán al objetivo general de la estrategia a través de los materiales expuestos.

Carteles: los mensajes serán ubicados en zonas estratégicas de la vía pública, especialmente en las más céntricas de la ciudad. Estos se utilizarán durante toda la estrategia con el objetivo de informar sobre las diferentes actividades con fines educativos a realizarse.

Plegables: estarán dirigidos a los tres segmentos del público determinados y su función es destacar los valores patrimoniales de la ciudad de Cienfuegos como premisa para su conservación. Básicamente será un soporte empleado para la etapa informativa en el que se muestren las principales edificaciones de la ciudad con sus particularidades. Aunque se puede considerar su utilización en las posteriores etapas de ser necesario.

Sueltos: este instrumento será utilizado como apoyo a las demás acciones de comunicación. En él se recogerán las actividades fundamentales que se realizarán para educar

a los habitantes de la zona A con la fecha, lugar, hora. Este soporte debe estar acompañado del logo y slogan rector de la estrategia sin abandonar el estilo publicitario como recurso.

Almanaque, pegatina, pulóver, gorra: se debe utilizar solamente el slogan y logo de la estrategia en sus colores propuestos. También se pueden emplear como regalos a los ganadores de los concursos u exposiciones.

Spot televisivos y spot, menciones, jingles radiales: Se empleará, para las actividades de promoción de la OCCC. Además, se realizará su exposición a través de los medios de comunicación provinciales: "Radio Ciudad del Mar", el Telecentro Perlavisión y el periódico "5 de septiembre" y la radio base Fernandina. Los que vinculen imágenes deben generar secuencias afectivas, emociones que contribuyan a la memorización.

Multimedia: este instrumento se propone para apoyar las acciones educativas en las escuelas primarias y secundarias. Esta constituye un medio interactivo para que los estudiantes puedan conocer más sobre el patrimonio cultural de su ciudad y motivarlos a su cuidado y preservación. Además, es un medio que atrae la atención de este público específico que resulta priorizado.

Fase # 5: Medición de la eficacia

La trabajo investigativo será un proceso que guiará todo el desarrollo de la estrategia de comunicación de bien público. A través de este se podrá determinar en qué media se ha influido en el público receptor en la educación de la conservación patrimonio cultural como un valor social.

La efectividad de la estrategia se medirá una vez concluida cada etapa. Un primer momento se realizará una evaluación de las acciones de forma independiente y después se integraran los resultados. Esto permitirá realizar ajustes o adecuaciones en caso que fuese necesario en su propio curso. Esta fase de la estrategia requiere llevarse a cabo de forma minuciosa porque de ella depende el éxito final de la estrategia.

CONCLUSIONES

A través de los instrumentos aplicados se conoció que el valor conservación forma parte de la cultura de los habitantes de la zona A del Centro histórico Urbano de Cienfuegos, a pesar de las disciplinas sociales que afectan el patrimonio cultural.

Las manifestaciones expresadas con relación al valor conservación señalan transformaciones en las fachadas de los inmuebles de los pobladores de la zona A. Principalmente los cambios se producen en la carpintería, los vanos y las molduras originales. También las personas

no pintan los inmuebles con un mismo estudio de color, y con el consentimiento de la OCCC.

En el interior de los inmuebles hasta la primera crujía se hacen entre pisos para construir barbacoas y ampliaciones en las azoteas. Los cambios de este tipo constituyen violaciones en las Regulaciones Urbanísticas.

Los daños por disciplinas sociales en los sitios de alto valor patrimonial se producen principalmente por los niños, adolescentes y jóvenes.

Con relación a la limpieza también se localiza que los habitantes sacan la basura fuera de los horarios establecidos. Uno de los problemas que incide en esta disciplina es la poca difusión de los horarios de recogida de la misma.

El orden es uno de los elementos que menos se encuentra afectado en la zona A. Aunque los habitantes a veces rompen la acera para hacer garajes y rampas de accesos a vehículos motores.

A partir del diagnóstico realizado al explorar las manifestaciones del valor conservación se propuso una estrategia de comunicación de bien público con la ayuda del grupo de discusión para tributar a la educación del valor conservación del patrimonio cultural cienfueguero en la zona A (zona de mayor valor patrimonial del Centro Histórico Urbano) a partir de las acciones propuestas que involucran a los diferentes grupos etarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Campillo, M. (2011). *Estrategia de comunicación para el conocimiento de los valores patrimoniales del Centro histórico Urbano de Palmira*. (Tesis de Licenciatura). Cienfuegos: Universidad de Cienfuegos.
- Cárdenas, K. (2010). *Rutas y Andares: una estrategia comunicacional en el centro Histórico de la ciudad de La Habana*. I Premio Iberoamericano de Educación y Museos. La Habana: Oficina del Conservador de la Ciudad de la Habana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. (4.ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Resik Aguirre, M. (2017). *Medios para comunicar el patrimonio: entramados comunicativos en la rehabilitación integral del Centro Histórico habanero* (Tesis Doctoral). Granada: Universidad de Granada.
- Resik, M. (2010). *Medios para comunicar el patrimonio: la experiencia de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana*. (Tesis de Doctorado). Granada: Universidad de Granada.