



La participación en la comunicación radial del patrimonio cultural como emergente social.

Mailé Hernández; María Teresa Caballero Rivacoba

Question/Cuestión, Nro.71, Vol.3, abril 2022

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e676>

La participación en la comunicación radial del patrimonio cultural como emergente social

Participation in the radio communication of cultural heritage as a social emergent

Mailé Hernández

Doctoranda del Doctorado Curricular Colaborativo del Centro de Estudios la Universidad
Central Marta Abreu de Las Villas
Cuba

lanegrona26@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8255-600X>

María Teresa Caballero Rivacoba

Cuba
Sociología Universidad de la Habana. Máster en Desarrollo Regional y Población y Doctorado
en Ciencias Sociológicas. Universidad Ignacio Agramonte de Camagüey

maria.caballero@reduc.edu.cu

<https://orcid.org/0000-0001-6851-003X>

Resumen

El artículo aborda los presupuestos teóricos de la comunicación del patrimonio cultural en radio de los centros históricos urbanos como proceso bidireccional de puesta en común de significados. Se reconoce la participación del público en el proceso comunicacional para eliminar las asimetrías que se gestan entre emisores y receptores. La prealimentación, el diálogo y el reconocimiento social sobresalen como condicionantes para lograr el involucramiento activo del público en la actividad comunicativa patrimonial en radio. A través de la revisión crítica documental (revisión de textos clave en el campo de estudio y artículos publicados en base de datos científicas: Scopus) se construye el cuerpo teórico que de manera holística pretende conformar un acercamiento a la temática desde la sociología de la comunicación, el paradigma crítico latinoamericano y la educación popular.

Palabras Claves: Comunicación del patrimonio cultural; participación en radio; prealimentación; reconocimiento.

Abstract

The article deals with the theoretical presuppositions of the communication of cultural heritage on radio in urban historic centers as a bidirectional process of sharing meanings. The participation of the public in the communication process is recognized to eliminate the asymmetries that arise between issuers. Through the critical documentary review (review of key texts in the field of study and articles published in scientific databases: Scopus) the theoretical body is built that holistically aims to form an approach to the subject from the sociology of communication, the latin american critical paradigm and popular education.

Key words: Communication of cultural heritage; participation in radio; feed forward; social recognition.

¿Comunicar o difundir el patrimonio cultural?

La comunicación del patrimonio cultural como campo de la gestión patrimonial (1) ha sido reducida a mera transmisión de información por diversos autores (Ravé, 1996; Querol, 2010; Martín, 2007; Mattozzi, 2001; Mateos Rusillo, 2011) y normas internacionales (Atenas, 1931; La Haya, 1954; UNESCO, 1962; Carta de Venecia, 1964; ICOMOS, 1965; Paris, 1970, 1972; ICOMOS, -1976; Quito, 1977; UNESCO, 1978, México, 1982; Dresde, 1982; Florencia, 1982, Tlaxcala, 1982; Oaxtepec, 1984; Toledo, 1986; Washington, 1987; Lausana, 1990; SriLanka, 1993; Nara, 1994; Sofía, 1996, Aragón, 1997; Guadalajara, 1999; Budapest, 1999; Ravello, 1999-2000; Nazaret, 2000; Barcelona, 2001; UNESCO, 2001; Buenos Aires, 2003; UNESCO, 2003; Dublin, 2011; Madrid, 2011; ICOMOS Delhi, 2017; Sevilla, 2017; Sevilla, 2018).

La acción comunicativa patrimonial desarrollada agrupa entre sus objetivos la difusión cultural (Castillo et al., 2008) mediante el uso de la interpretación y/o la didáctica (Pinasi, 2016; Hervía, 2016; Morales & Guerra, 2000; Mateos Rusillo, 2008; 2009) como actividad mediadora de transferencia o distribución de conocimientos, que se vale de un soporte comunicativo in situ o ex situ (2) (Monge Hernández, 2017). Este esquema utiliza la difusión preventiva que pretende informar y persuadir sobre la extrema fragilidad de los recursos patrimoniales, fomentar comportamientos respetuosos y colaborativos en sus públicos para la preservación, el uso y disfrute responsable del patrimonio cultural previa investigación o documentación, así como la educación de las personas sobre su relación con el bien patrimonial que potencialmente pueden poseer, heredar, legar o transmitir (Martín, 2007; Pinasi, 2016).

En resumen, se diseñan estrategias de presentación (medios), destinadas a un segmento de público con un objetivo planificado de antemano (fines). Por lo que el ejercicio comunicacional del patrimonio sigue un patrón programado desde un emisor activo a un receptor beneficiario (que puede o no interactuar y emitir opiniones, asistir, ser informado o consultado) a través de un mensaje, con un código compartido, mediante un canal y en un contexto determinado (Martín-Cáceres, 2012; Cuenca & Martín-Cáceres, 2014). En tanto es el

ser humano quien crea los bienes patrimoniales, los custodia, investiga, valora y trasmite (Fontal Merillas, 2016).

Otra de las variantes de la difusión cultural prioriza la comunicación comercial o corporativa del patrimonio, (Mateo Rusillo, 2008), que fortalece en opinión de Bernand, Arda & Fernández (2013) la acción estratégica para atraer, fidelizar al público destinatario, en su mayoría foráneo y asegurar la visita al recurso patrimonial. Generalmente esto ocurre a partir de la elección de los bienes que mejor acreditan los atributos de una urbe, la venden y la posicionan, además de potenciar su demanda a través de los soportes publicitarios (Calle, 2011; González & Martínez, 2013; Monferrer, Arda & Fernández, 2013). En opinión de la autora esto genera un modelo patrimonial de exhibición-atención, que lejos de articular a una audiencia masiva en expresiones compartidas de la cultura, creencias o valores, sólo capta y cautiva la atención de la misma.

Adjetivos diversos se adosan a la comunicación patrimonial: pública (Dávila, 2018), global (Mateos Rusillo, 2008), territorial, cultural y turística (Compte-Pujol, 2016). Clasificaciones que demuestran la ausencia de un criterio unificado o corpus teórico en la construcción de la categoría, concebida como campo joven de estudio (3), el cual, para su abordaje científico ha sido fragmentado en diferentes ámbitos de incidencia práctica de manera directa e indirecta.

La directa se vincula con la gestión de instituciones especializadas como museos, archivos, bibliotecas, centros históricos, yacimientos arqueológicos, espacios naturales protegidos, jardines botánicos, reservas o jardines zoológicos y todos aquellos otros agentes culturales públicos o privados en cuyo trabajo se incluya la gestión del patrimonio natural o cultural. La indirecta, cuando la difusión se incluye en planes o programas de formación y/o divulgación profesional; en la relación con los medios de comunicación social; en programas de promoción e información cultural a nivel general y/o en estrategias turísticas (Martín, 2007, p.5)

Esto ha favorecido la especialización por áreas del conocimiento (museología, arqueología, relaciones públicas, educación patrimonial, etc.) lejos de un consenso universal y holístico en la materia, aunque de manera integral se ha abordado la gestión desde las tres

expresiones más relevantes de la comunicación contemporánea: institucional-organizacional (Compte-Pujol, 2016), comunitaria y mediática (Resik, 2017; Dávila, 2018).

En este último escenario de incidencia, los estudios se han propuesto analizar los elementos que caracterizan el discurso mediático patrimonial y sus transformaciones en el tiempo, así como la construcción social del patrimonio a partir de los relatos que construyen los medios de comunicación. Marianela Dávila (2018, p. 8) sitúa los mayores resultados en la prensa escrita en los aportes de María T. Mercado Sáez (2006), Leyton Rivas (2007), María Dolores Meneses (2011), Candela González (2011), María Monjas Eleta (2012), María Eugenia Conforti (2012) y Luz Endere (2012), desde la aproximación descriptiva ausente de crítica, como especialización dentro del periodismo cultural y sesgado por las particularidades de formatos y géneros que imprime el soporte impreso.

El deficitario análisis sociológico del asunto y de las asimetrías que se gestan dentro de las relaciones grupales en el campo de la comunicación patrimonial, condicionan más que nunca que el emisor anticipe la comprensión del destinatario, sin concebir la heterogeneidad, creatividad y autonomía de los públicos a los que dirige el mensaje. De ahí que comunicar el patrimonio sin asumir la práctica cultural como tejido local autóctono y diferenciado en construcción, reafirma que son los medios de comunicación, aquellos difusores de las estructuras dominantes de poder, “generadores de un efecto de aquiescencia en la audiencia” (Wolf, 2005, p.78).

Desde el discurso patrimonial autorizado (4) (Smith, 2011) se promueve la creación de nuevas formas de sociabilidad, producto de un centralismo decidido a aplastar los “particularismos locales” (Bourdieu, 1985, p.17), que restringen la condición del patrimonio cultural como ámbito privilegiado de lo público a través de medios convencionales (televisión, prensa plana, Internet, Cine, Revistas, Radio) y no convencionales (redes sociales, medios exteriores y señalética, dispositivos móviles, guías turísticas, ferias, boca-oreja, cartas y buzoneo, catálogos de tour-operadores, libros, teléfono fijo, libros de texto, e-mails, y newsletters, videojuegos, cómics y mangas) (Compte-Pujol, 2016, p.347). Estos conforman un ecosistema mediático que prioriza la función informativa (Meneses, 2011) y publicitaria (Jaramillo, 2011), donde se destacan las plataformas digitales que potencian la difusión online (Rodríguez, et al. 2012), realidad virtual y realidad aumentada (Martín, et. al, 2012), a partir de

las ventajas que presupone la Web 2.0 para promocionar destinos culturales (Caro, Luque & Zayas, 2014; Chiapparini, 2012).

Lo anterior condiciona que sólo se proteja y por tanto se difunda aquello que es rentable bajo las directrices del clúster turístico. De esta forma, la socialización del legado cultural de cada pueblo o nación estimula la construcción y posicionamiento de identidades territoriales: “marcas de territorio o *place branding* y marketing de ciudad (5): *citymarketing* y *cityplacement* (6)” (Compte-Pujol (2016, p.137). La sobrevaloración de los bienes patrimoniales de una urbe, constituye un aspecto cuestionado, pues provoca de acuerdo a F. J. Tarrias (2017) el desarrollo indeseado fruto de la masificación turística y la apatía de los sujetos.

Desde la lógica neoliberal, en su afán de espectacularización, la maquinaria de medios dignifica una memoria instrumental y operativa, lejos de reconocer la memoria cultural, no acumulativa sino conflictiva, articulada sobre los tiempos largos de la historia y preñada de sentido (Martin-Barbero, 2015). La identidad local se convierte en una representación de la diferencia que la haga comercializable frente al público foráneo, y el valor monetario de los bienes culturales los vaciará de contenido social. Mientras en otros casos el tratamiento periodístico de los temas patrimoniales en opinión de M. Dávila (2018, p. 46) no suscitan aprobación y sí reparos por la falta de rigor, errores terminológicos, arbitrariedad y descontextualización. Por otra parte, la superficialidad e inconsistencia investigativa, la falta de humildad ante el discernimiento acumulado por los especialistas en la materia y las lagunas cognitivas de los profesionales de los medios, explica M. Resik (2017), lastran las posibilidades instructivas de lo publicado.

Lo anterior, antecede numerosas limitaciones en la consecución de la comunicación del patrimonio cultural en la radio. Entre ellas sobresalen: la restrictiva asunción de la comunicación como medio formal institucionalizado y no como un caso eminentemente de relaciones sociales (Beltrán, 2012); la prominencia de políticas editoriales que menosprecian el tema, el afán globalizador del discurso patrimonial expropiatorio de la diversidad cultural, los cambios en la percepción de la temporalidad configurados por dos escenarios contrarios y a la vez complementarios: “el de la sociedad atrapada en un presente sin pasado ni futuro y el de una sociedad obsesionada por las conmemoraciones, los anticuarios y las modas retro” (Martin-Barbero, 2015, p.17).

Se aprecia además en la literatura consultada la asunción por los sujetos de una gestión patrimonial vinculada al valor intrínseco de los bienes patrimoniales acumulados (tradicionalismo-sustancialista), apreciados en la medida en que favorecen o retardan el avance material) (concepción mercantilista) y a su capacidad simbólica de legitimación del sistema político (conservacionismo-monumentalista) empeñado en rescatar, preservar y custodiar especialmente los bienes históricos capaces de exaltar la nacionalidad, de ser símbolos de cohesión y grandeza, en tanto se obvian y desconocen los avances producidos en su concepción participacionista, en plena relación con las necesidades globales de la sociedad (Canclini, 1999, p.22).

Considera la autora que la apuesta por un discurso dominante del patrimonio cultural de una ciudad y específicamente de los centros históricos urbanos (lugar de mayor significación económica, política y social), eclipsa la multitud de posibilidades que provienen de la iniciativa ciudadana y posiciona su carácter selectivo y excluyente como parte de la zonificación frente a opciones más integradoras. El resultado es la desarticulación del objeto de difusión frente al resto del conjunto o realidad a la que pertenece. A ello se suma el debilitamiento del pasado, que en los medios tiene cada vez más una función de cita, al ser sólo un adorno con el que “colorear el presente siguiendo las modas de la nostalgia’ (Jameson, 1992, p. 45 citado por Martin-Barbero, 2015, p. 18)

Otra de las deficiencias estriba en mostrar la temática como área de conflictos (Candela, 2011), donde resultan relevantes los aspectos polémicos o excepcionales (Compte-Pujol, 2016). Se aborda el patrimonio cultural cuando está mal conservado, en riesgo de perderse, exhibe dificultades en su gestión o constituye arma política. Esto acontece de acuerdo a Smith (2011) por la posición privilegiada que en las agendas mediáticas tienen los expertos y conocedores, protagonistas en los debates públicos y en los foros sobre la interpretación y significado del patrimonio.

La construcción colectiva de los discursos patrimoniales en los medios se enfrenta, además, a las dificultades de pasar del fomento de la proactividad ciudadana a la praxis, con múltiples trabas económicas, legales, políticas y científicas, cuyas actuaciones deben incorporar la participación ciudadana, del plano teórico, al real y factible. Sobre esto, ya alertaba Néstor García Canclini (1999), pues no se logrará una política efectiva de preservación y desarrollo del patrimonio si éste no es valorado adecuadamente por el público.

Como alternativa al distanciamiento entre la sociedad y su patrimonio cultural, se revitaliza en la investigación la función educativa de la comunicación radial problematizadora, pues lejos de divulgar a la sociedad un conocimiento enciclopédico, fechas de fundación, personalidades, autores o características físicas, etc., se deben cimentar productos comunicativos que como vehículos de aprendizaje hagan emerger formas de pensamiento contrahegemónicas, más sociales y comunitarias, menos individualistas y cosificadas, mediante un producto logrado de manera democrática, participativa y dialógica, como dimensión constitutiva del estar juntos, del ensamblaje de un mundo en común, pues “la diversa capacidad de relacionarse con el patrimonio se origina, primero, en la desigual participación de los grupos sociales en su formación” (García Canclini, 1999, p.17).

Dicho de otra manera, sólo aquel contenido que hemos tenido ocasión de comunicar es susceptible de ser asimilado y se convierte en vehículo de autonomía y cambio social. La privatización del capital simbólico, la selección y jerarquización de los acontecimientos y la ausencia de lo popular en las agendas de los medios, abre una brecha para entender que- la comunicación patrimonial es diálogo y no mera información (Barranquero, 2010; Beltrán, 2012).

Sin epítetos que de manera tautológica se adosan al término (7), urge posicionar claves dialógicas en los modelos unidireccionales que predominan aún en el quehacer mediático actual, para desterrar las prácticas comunicacionales manipuladoras, intimidantes, homogenizantes, verticales, concentradoras y paralizadoras. Centrar el análisis sobre cánones horizontales tiene su base en el reconocimiento de la acción comunicativa patrimonial en tanto capital cultural, pues su presentación al público trasciende el conjunto de bienes estables neutros, con valores y sentidos fijos, para convertirse en un proceso social que, como el otro capital, se acumula, se renueva, produce rendimientos que los diversos sectores se apropian en forma desigual (Bourdieu, 1979 y 1980 citado en Canclini, 1999, p.21).

El discurso patrimonial en radio como “expresión de significados de la práctica social colectiva” (Alonso, et. al, 2016, p.45), elaborado desde el reconocimiento social, mitigaría los efectos de unos flujos globales que tienden a diluir las naturales y necesarias diferencias entre unos pueblos y otros. Desde este artículo, se asume el término comunicación en detrimento del de difusión, y en esto se coincide con autores reconocidos del campo de estudio (Compte-

Pujol, 2016; Resik, 2017; Dávila, 2018), por ser el que mejor ilustra el proceso de construcción del discurso patrimonial en este caso, asociado al ámbito mediático.

La comunicación es un hacer relacional que articula las formas intersubjetivas de conciencia y participación conjunta de los actores sociales como espacio de articulación del cambio social y el desarrollo. Por ello, sin comunicación y cultura ninguna estructura social logra integrarse en un proceso de cambio, condenando al fracaso todo proyecto local de mediación y la posibilidad misma de desarrollo endógeno (Sierra & Sola-Morales, 2021, p.255).

Se posiciona entonces la comunicación en este estudio como objeto teórico interesado en la dimensión cultural, simbólica y -relacional, que investiga los procesos socioculturales de comunicación y apropiación de los mensajes. Donde ya no se evalúa la eficacia técnica del canal por el que transita el mensaje, ni la efectividad de las teorías de la comunicación y la información vinculadas a los centros de poder (económico, político, militar), sino las perspectivas emancipatorias del proceso comunicacional orientadas a la transformación social.

A partir de este supuesto, la comunicación del patrimonio cultural en los medios y en especial la radio, dista mucho de ocupar el lugar de la mera transferencia de valores, experiencias y conocimientos patrimoniales desde el saber experto dominante e instituido socialmente. Trasciende el pasado como tarea de rescate de lo nativo de los pueblos, sin congelar sus propias dinámicas de producción en el presente y futuro. Constituye, y de esta manera se asume en la investigación: el proceso democrático de construcción social-colectiva del discurso patrimonial radial, holístico, multimediado (8), dialógico, negociado y codificado que representa a los sujetos en su relación e identificación con el patrimonio cultural y tiene como fin último el reconocimiento social y el empoderamiento de sus protagonistas a través del acceso y la participación.

Este concepto se orienta a maximizar la creatividad cultural y la producción de conocimiento según la regla C3A: “comunicación; colaboración, coordinación y acción social solidaria” a partir de los sujetos involucrados, que delimita el sentido de la Comunicación, concebida como Ciencia de lo Común (Sierra, et al. 2020, p.234). Esta definición toma como referente la perspectiva del autodesarrollo comunitario, pues contempla si el proceso comunicativo mediático transcurre “mediante el despliegue de relaciones sociales simétricas o

en una dirección que las propicie” (Colectivo de Autores, 2016, p.12). Su asunción, destaca la simetría, como condición nuclear de todo nexos humano.

En resumen, la difusión como proceso lineal de reproducción cultural perpetúa la socialización estéril de los significados atribuidos por la clase dominante a los bienes patrimoniales, concebidos como herencia del pasado que hay que perpetuar. Su condición emancipadora aboga por que se reproduzcan los modos de apropiación simbólica frutos de una concepción patrimonial forjada en la colectividad, resultado del diálogo de saberes y el compartir, para reforzar la identidad y la cohesión social (Jara, 2015). Contrario al proceso horizontal de comunicación, se entroniza la exclusión y la desigualdad en el acceso y valoración de los bienes patrimoniales, que se expresa de manera asimétrica o no, en dependencia de las relaciones que se establecen entre emisor y receptor (dominante-dominado) (Bourdieu, 1979) y la posición que ocupan los sujetos de la actividad en el campo comunicacional.

La participación como alternativa emancipadora en la comunicación radial del patrimonio cultural.

El estudio de la participación en la comunicación radial del patrimonio cultural de los centros históricos urbanos constituye un emergente como hecho social en el campo académico comunicacional, pues revela los nuevos significados y valores, las nuevas prácticas y relaciones sociales (Williams, 1994, p. 28) que desde el deber ser, pueden restablecer la horizontalidad entre emisores y receptores de una ciudad específica en el ámbito radiofónico en torno a lo patrimonial, supeditada en la actualidad a relaciones de subordinación. La participación determina la gestación de lo comunitario, en términos de comunicación, a través de relaciones simétricas entre los implicados que se tienen en cuenta como sujetos y producen una elaboración conjunta de significados (comunicación dialógica), en oposición a las relaciones de complementariedad (comunicación monológica) que contribuyen a la ruptura de lo comunitario (Rivero, et al., 2016, p.136).

La potencialidad de su concreción se antecede en núcleos teóricos ampliamente desarrollados en las últimas décadas: el paradigma crítico de comunicación latinoamericano (que integra la comunicación participativa, la comunicación para el cambio social y la

comunicación para el desarrollo), la Educación Popular, los estudios de Comunicación y ciudad, la folkcomunicación (9) y el binomio comunicación y cultura. (Estudios culturales británicos: Cultural Studies de la Escuela de Birmingham). En este análisis se asume la cultura como proceso social de producción simbólica que sirve para comprender, reproducir y transformar la realidad (Colectivo de Autores, 2016).

La revisión pormenorizada de 68 documentos internacionales (cartas, convenios, convenciones) sobre patrimonio cultural y su gestión revela cláusulas que ponderan los procesos de difusión unidireccionales para lograr visibilidad, informar, divulgar, convocar y apoyar procesos educativos, aunque no predomina la visión mecanicista en las normas analizadas (Tabla 1). La voluntad hacia la democratización de la comunicación patrimonial (abordada en términos de difusión) ha ido en ascenso.



Tabla 1: *Análisis de las Cartas Internacionales sobre patrimonio cultural y su gestión. Carácter de la comunicación patrimonial.* Fuente: Elaboración propia.

Desde la Carta de Venecia (1964) se constata la superación de la concepción objetual al reconocer la relación de la comunicación con el entorno (la ciudad) y los sujetos que lo definen. Los primeros principios que potencian la participación en términos de interpretación se hallan en la Carta Internacional de ICOMOS sobre turismo cultural de México (1999), donde se establece que todos deberían involucrarse en el proceso de establecer objetivos, estrategias,

políticas y métodos para la identificación, conservación, gestión, presentación e interpretación de sus propios recursos patrimoniales, de sus prácticas culturales y de sus actuales expresiones culturales. Un derecho que se refrenda también en la Carta de Cracovia (2000), donde la pluralidad de valores del patrimonio y la diversidad de intereses requiere una estructura de comunicación que permita, además de los especialistas y administradores, una participación efectiva de los habitantes en el proceso. Estos ejemplos desglosan el carácter inclusivo y público, sin reconocer aún la condición de los destinatarios como protagonistas (sujetos) de la práctica comunicacional del patrimonio en los medios.

Un giro decisivo se aprecia en la Carta de ENAME (2004) donde la interpretación del patrimonio cultural debe involucrar a todos los grupos y comunidades implicadas, recabando su activa participación. Su principal limitación es que se refiere sólo a los visitantes y excluye a las audiencias potenciales de los medios de comunicación. A diferencia de las anteriores propuestas, en esta se mencionan los principios universales de la ética profesional, la autenticidad, la integridad intelectual, la responsabilidad social, el respeto y la sensibilización hacia el significado de lo local y su valor cultural, singular e irrepetible.

En la Guía operativa para la implementación de la Convención del Patrimonio Mundial en París, Francia (2005), se apuesta por incrementar el consenso público, el involucramiento y el apoyo al patrimonio mundial a través de la comunicación. Mientras, en la Carta de Quebec (2008), la interpretación y presentación del patrimonio cultural tienen que ser el resultado de una colaboración eficaz entre los profesionales del patrimonio, la comunidad local asociada, así como todos los agentes implicados. Un aporte esencial de este nuevo documento es su alusión a la interpretación patrimonial como acción de comunicación social de valores y significaciones como parte del proceso global de conservación y gestión del patrimonio (Durán & Albelay, 2019, p.199) La Declaración de Florencia (2014) muestra avances con respecto a los documentos anteriores pues impulsa una agenda para la co-creación de productos culturales de calidad y experiencias de patrimonio cultural a través de la comunicación bidireccional.

El punto álgido en estos análisis se halla en la Carta de Sevilla de Patrimonio Industrial (2018, p.3) donde emerge como norma que:

la generación de un nuevo modelo de sociedad más abierta y participativa en los temas que afectan al patrimonio cultural y a sus paisajes demanda la obligación de

diseñar modelos participativos que, favorezcan los procesos de apropiación social por parte de las comunidades y entidades del entorno de estos bienes.

Los elementos enunciados hasta aquí, en su apuesta por la inclusión, la transformación social y la apropiación (10) como resultado de la participación en la comunicación patrimonial, constituyen fortalezas que se diluyen ante la ausencia de mecanismos facilitadores-articuladores en dichas normas que evidencien el rol activo de los públicos y su capacidad de decisión durante todo el proceso comunicativo. Su efectiva ejecución práctica no es posible en términos de refuncionalización del estado de cosas existente, si bien el autodesarrollo de las comunidades que portan los bienes patrimoniales no resulta un tema a priorizar en las agendas mediáticas. Un aspecto que se legitima además desde el discurso patrimonial autorizado que posee una función de simple custodia.

Según Santos Mateos Rusillo (2008, p.28), en cada una de las etapas de la comunicación patrimonial en su orientación global: 1) investigación; 2) planificación estratégica; 3) ejecución de la difusión cultural; y 4) ejecución de la comunicación, se necesita la participación de todos los agentes implicados en la actividad patrimonial de un modo directo o indirecto, mientras que, tanto la difusión como la comunicación, deberán ser evaluadas una vez ejecutadas. Sin embargo, en este caso se refiere, a la propia divulgación de contenidos culturales y la comunicación organizacional de las instituciones a través de la publicidad y las relaciones públicas, sin especificar el grado de involucramiento de los públicos en la actividad.

La carencia de referentes teóricos-metodológicos que definan o sustenten la práctica social (11) comunicativa del patrimonio cultural en radio desde el análisis participativo, no como mera asistencia, sino dado por el involucramiento activo grupal o individual de los actores sociales de la comunicación como sujetos de la actividad que realizan, afianza rutinas de producción asimétricas en los medios, altavoces de la visión arcaica y residual de lo patrimonial (12) que obliga a retomar los presupuestos de lo comunitario como elemento valorativo para el análisis de la práctica a través de mecanismos participativos que propicien la unión y el encuentro en torno a una causa común (Colectivo de Autores, 2016, p.11). El referente lo aporta Néstor García Canclini (1999, p. 17) pues según el autor, “el patrimonio cultural expresa

la solidaridad que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica, pero suele ser también un lugar de complicidad social”.

Como parte del modelo participativo en el que se inserta, la investigación devela la naturaleza de las relaciones que se establecen entre emisores y receptores en la conformación del discurso patrimonial en radio, que, a su vez, determina la conformación de las estructuras que sostienen la comunicación (Durán, 2018). Tales relaciones desde la visión asistencialista y paternalista del asunto, justifican que los públicos se incluyan en su derecho a la réplica sin capacidad de decidir durante el proceso comunicativo, mientras se distorsiona según Rosalía Winocur (2008) el sentido de las demandas cuando el medio de comunicación aísla sus contenidos del contexto original donde se elaboraron, o cuando las disocia de las intenciones o expectativas de quienes las realizan. Por otro lado, los receptores pueden quedar aislados de las rutinas productivas mediáticas, insertos en un esquema de pasividad y disciplinamiento.

Por esta razón, en su perspectiva sociológica, este análisis supone pasar a través de la participación:

- (a) de la lógica vertical a la horizontal, (b) de los productos a los procesos, (c) de las propuestas a corto plazo a las propuestas a largo plazo, (d) de las dinámicas individuales a las colectivas, (e) de las condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades, (f) del acceso a la apropiación, y (g) de la instrucción difusional a la educación comunicacional (Del Valle, 2007, p. 123).

Una de las limitaciones para su concreción se halla en la práctica cotidiana, donde priman las políticas verticalistas y asistencialistas; museográficas e historiográficas, económicas o turísticas que limitan la participación de los sujetos en su comunicación y de manera general en su gestión, generan una débil percepción de sus valores, escasa cultura patrimonial y actitudes descomprometidas hacia su preservación (Llull, 2005). Para evitarlo, aclara Magda Resik (2017, p.90) se debe pensar en la comunicación a través de las políticas de planeación estratégica que marcan el rumbo a la reconstrucción de la ciudad y dinamizan la gobernabilidad local.

La comunicación del patrimonio cultural en radio desde un enfoque participativo favorece que el oyente dote de sentido al entorno y se dote de sentido en el entorno, elemento que supone una mayor protección y significación para el futuro sin concebir a la ciudad como “documento contenedor de memoria” (Candela, 2011, p.18). En su carácter bidireccional, contribuye a la significación consensuada, configura al bien patrimonial como vínculo, entre los sujetos con el objeto. En esta construcción se prevé que “toda práctica significa, pero no toda práctica constituye un símbolo. Tanto lo significante como proceso general, como lo simbólico en tanto una de sus manifestaciones, se estructuran en la práctica –sea directa o indirectamente significante– como discurso” (Colectivo de Autores, et al., 2016, p. 26) El patrimonio construido de esta patrimonialización mediática es una señal de identidad (Molina, 2016, p.26).

Como consecuencia de una radio donde se expresa la mayoría, se obtienen pautas de percepción y comprensión que catalizan la relación de los destinatarios con los bienes patrimoniales en su gestión. Jesús Martín-Barbero (1992) asegura que es desde las nuevas formas de juntarse y de excluirse, de reconocerse y desconocerse, que adquiere espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y las nuevas tecnologías. Desde ahí que los medios han entrado a constituir lo público, pues median en la producción del nuevo imaginario que en algún modo integra la desgarrada experiencia urbana de los ciudadanos. Por ello el reconocimiento del otro como sujeto, sin fundamentalismos o excesos, fruto del diálogo y la pre-alimentación, con la noción de que modelos asimétricos del compartir asechan y bordean constantemente todos los procesos mediáticos: culturales, comunicativos y patrimoniales, permite que la identidad no sea concebida ni en su afirmación como separación o repliegue excluyente, ni en su negación por integración en la fatalidad de la homogeneización.

Sin embargo, a modo de precisión teórica, el reconocimiento como categoría de análisis en construcción ha sido abordado desde el campo de la comunicación/educación (Taborda, 1951; Huergo, 2003, 2005; Barranquero, 2010; Martínez, 2017). Se asocia con una preeminencia de la identificación y la distinción; con una práctica de interpelación y modificación o la reafirmación fundamentada de una práctica concreta. Pierre Bourdieu (2008) considera a la reciprocidad como una de las instancias de reconocimiento del otro(a) como parte del intercambio de dones. El reconocimiento contiene un grado de fe, de creencia en las

prácticas de intercambio donde cada acto involucra algún tipo de respuesta. Constituye un presupuesto necesario de la participación de la vida pública en comunidad; ser reconocido y afirmado “hace que en un sujeto se origine un grado de confianza en sí que lo capacita para una legítima participación en la formación de la voluntad política” (Honneth, 1997, p.54). Aspecto que en radio depende de la creación de causas convencionales para la participación real, que favorezca el efectivo reconocimiento.

Jesús Martín Barbero en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (2003) aclara que las razones del desencuentro en comunicación apuntan más allá de la teoría a un desconocimiento, que reclama en lugar de más conocimiento en la lógica pura de la acumulación, el re-conocimiento, según la lógica de la diferencia, de verdades culturales y sujetos sociales:

(...) Reconocimiento de aquel des-conocimiento, es en la teoría y en la práctica, la aparición de una sensibilidad política nueva, no instrumental, ni finalista, abierta tanto a la institucionalidad como a la cotidianidad, a la subjetivación de los actores sociales y a la multiplicidad de solidaridades que operan simultáneamente en nuestra sociedad (p. 204-205).

El reconocimiento en comunicación/educación se asienta en las bases de las demandas de los sectores populares. A su vez, “entraña un claro sentido de reconocimiento hacia el (la) otro(a), en su afirmación como ser humano digno de todo derecho, pero cuya alteridad es imposible de soslayar en el contexto latinoamericano” (Martínez, 2017, p.172-178). En opinión de la autora el reconocimiento que se queda en palabras no basta si no se le agrega un reconocimiento en actos, en prácticas que tiendan a la autonomía como un reconocimiento positivo y que ensancha los horizontes de quienes están en una posición de silencio y subalternidad. En radio se asume desde la creación de mecanismos que redistribuyan el poder en las iniciativas comunicacionales, donde no basta con la exposición de los criterios negativos o positivos del público sobre el tema patrimonial en las transmisiones, sino que se concreta con la toma de decisiones colectiva en cada una de las fases del proceso comunicativo radial.

Se posiciona entonces en este análisis al reconocimiento social como condicionante de la participación en la comunicación patrimonial y se define: como las interpelaciones (13) o modelos de identificación, promovidos por la radio, donde se parte de la contención del otro en su afirmación como ser humano digno de todo derecho, que origina un grado de confianza en los sujetos, que lo capacita para una legítima participación. Proceso que respeta la autonomía y no sólo se limita a reconocer en palabras sino también en actos, como expresión viva de la socialidad. Una construcción discursiva que se relata desde el nosotros, y enfatiza la autora, en este vocablo sencillo, a la vez inclusivo, donde la importancia de lo emotivo y de la memoria (vivida como tradición o como libertad), de lo verdadero (versus lo alienado), resurge como lugar esencial de constitución de la subjetividad. Por lo que emerge la ciudad como espacio social constituido donde se articulan la comunicación, la cultura y el re-conocerse.

La construcción de un programa radial que comunique los valores patrimoniales del centro histórico urbano, e involucre a los actores de la comunicación en su diseño (emisores y receptores) se debe encaminar a reconocer el significado público que tiene el asentamiento originario, y no el de sus partes aisladas (visión monumentalista) o sus calles y plazas (visión restringida). La mezcla de opiniones diversas reconoce y reconfigura la función urbana articuladora e integradora en lo social, debido también a su protagonismo en la contribución a la mentalidad contemporánea.

Es así que emerge la plataforma radiofónica como espacio de solidaridad en la conformación de esferas públicas. A consecuencia se exterioriza la práctica de un habitus que aquí es un habitus comunicacional, definido por un conjunto relacionado de disposiciones adquiridas, esquemas de percepción y de apreciación de la realidad, así como de actuación en ella, inculcados en un contexto social y una situación histórica determinada. También promueve un campo de sujetos que, en el curso rutinario de sus vidas diarias participan constantemente en la comprensión de sí mismos y de los demás, y en la interpretación de las acciones, expresiones y sucesos que ocurren en torno a ellos y su patrimonio cultural.

A partir de lo expuesto se define la participación en la comunicación del patrimonio cultural de los centros históricos urbanos en radio: como el Involucramiento activo del público como sujeto en la construcción del discurso patrimonial radiofónico, expresado en las tres fases que condicionan la participación en la radio: a) la búsqueda inicial de necesidades sentidas (prealimentación) (condición inicial del proceso comunicativo emancipador), b) la gestión de

contenidos radiofónicos (elaboración del proyecto comunicacional/selección de temáticas que serán transmitidas/ proceso de producción radial) y c) la trasmisión/recepción de los mensajes radiales, que requiere y ajusta modalidades y finalidades de participación de los oyentes. El involucramiento en dichas fases contribuye a la activación y la apropiación del patrimonio cultural de los centros históricos urbanos, lo cual genera sentido de pertenencia hacia los bienes patrimoniales a partir de la conformación de interlocutores que restablecen el vínculo de simetría entre ellos y con respecto a la comunicación patrimonial.

Notas

- 1) Se divide en cuatro acciones: conocer, planificar, controlar y difundir (Querol, 2010)
- 2) In situ, cuando las herramientas de comunicación se encuentran dentro del recurso patrimonial (señales, paneles, carteles, maquetas, escenografías) Y ex situ cuando permiten la comunicación fuera del recurso patrimonial, es decir a distancia (conferencias, publicaciones, medios de comunicación).
- 3) Las palabras de la Dra. Hilda Saladrigas, Decana de la facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, académica reconocida a nivel internacional por su experticia en el campo comunicacional, autora de más de 100 artículos en la materia así lo confirman: “la investigación sobre comunicación del patrimonio y para la conservación de este, resulta prácticamente nula en el mundo. No significa que no se hayan realizado investigaciones, sino que han estado excluidas de las agendas institucionalizadas. Al menos desde las academias no ha existido una política clara en cuanto a considerar el tema como una prioridad” (Saladrigas, 2013 citado por Dávila, 2018, p.9).
- 4) El discurso patrimonial autorizado excluye aquellas comprensiones del patrimonio que se encuentran fuera de él o se oponen a él. Por lo tanto, las formas de patrimonio que no provienen de las élites, que son subnacionales, o que no son occidentales, son ignoradas y descartadas, y son definidas como los alegatos especiales de los intereses de la minoría (Smith, 2011).
- 5) La marca de un país, un territorio o una ciudad hace visible la imagen de ese espacio físico entre el público receptor. Se definen las estrategias urbanas desde el lado de la demanda y se orientan a sus clientes actuales y potenciales para convertir la ciudad en un producto atractivo, poniendo de manifiesto sus virtudes (Seisdedos, 2006).

6) Turismo cinematográfico que parte del posicionamiento en los films de la ciudad/territorio. Se plasman experiencias y valores de la personalidad del propio lugar desarrollados a través de determinados eventos, como los movie-maps y los sits (Bernand, Arda & Fernández, 2013, p. 900).

7) Se le ha llamado a la comunicación: participativa, horizontal, bidireccional, equilibrada, para el desarrollo, para el cambio y transformación social, etc. (Pasquali, 1963). Sin embargo, los adjetivos constituyen una redundancia impuesta por la apropiación indebida que los medios de difusión han hecho del término comunicación (Kaplún, 1990).

8) Mediado por condicionantes económicas, políticas, sociales, culturales, jurídicas, estructurales-organizativas, tecnológicas, institucionales, individuales, entre otras. Los mismos medios y sus características intrínsecas, determinaciones políticas y económicas, sus lógicas de producción y transmisión, sus lealtades y estilos, son una mediación. Así como lo son las mismas audiencias, tanto como miembros de una cultura y de varias comunidades de interpretación, como individuos con un desarrollo específico, repertorios, esquemas mentales y guiones para su actuación social (Orozco, 1996).

9) Folkcomunicación se caracteriza por la utilización de estrategias de difusión simbólica, capaces de expresar en lenguaje popular mensajes previamente transmitidos por la industria cultural. Luiz Beltrão (1980) la comprendía como proceso de intermediación entre la cultura de las élites (erudita o masiva) y la cultura de las clases trabajadoras (rurales o urbanas).

10) La categoría apropiación se nutre de la teoría del Derecho como propiedad y en vital concordancia con la comprensión de la idea de poder, de dominación y de cambio social en Weber (1956). Para Bourdieu (1987) los bienes culturales son objeto de una apropiación material que supone el capital económico, y de una apropiación simbólica o de su capital cultural. Pudiera observarse que, en este caso, la expropiación en el ámbito urbano a partir de la destrucción de las señas de sus habitantes, la expoliación de su memoria, la reconversión de lo público en lo privado y la transformación de la comunicación en los flujos de tráfico (Martin Barbero, 1992) tiene mayor relación con el sentido de la des-apropiación en la ciudad de la identidad. Se coincide con Michel de Certeau (1979), al definir el concepto de "apropiación" estrechamente vinculado a la vida cotidiana de los sectores populares, a sus guerrillas de comunicación, en las que ponen en juego tácticas de resistencia y subversión. En todo proceso

de apropiación hay un acto popular de transformación del sentido y de la experiencia que va más allá de las formas objetivas y manifiestas de acción colectiva.

11) La práctica social desde la dialéctica se asume como forma de actividad y se busca en ella la contención de relaciones sociales. A la vez se asume la existencia de una dimensión cultural de la práctica social a partir de la cualidad significativa contenida en toda forma de actividad o, lo que es lo mismo, toda práctica social es, por su contenido, pero también por su forma, una práctica cultural, ya que en ambos niveles de organización de la actividad se halla contenido el sistema de relaciones sociales imperantes en tanto cultura (Colectivo de Autores, 2016, p. 10)

12) Según Raymond Williams (1994) lo *arcaico* es lo que pertenece al pasado y es reconocido como tal por quienes hoy lo reviven, casi siempre "de un modo deliberadamente especializado". En cambio, lo *residual* se formó en el pasado, pero todavía se halla en actividad dentro de los procesos culturales. Lo *emergente* designa los nuevos significados y valores, nuevas prácticas y relaciones sociales (Canclini, 1999, p.28).

13) Althusser utiliza la palabra interpelación para referirse al trabajo de los medios. Deriva de la idea de que cualquier lenguaje (verbal, visual, táctil, etc.) es parte de las relaciones sociales y que en la comunicación entre unos y otros se reproducen las relaciones sociales.

Referencias Bibliográficas

Barranquero, A (2010) Comunicación participativa y educación en medios. Implicaciones del concepto de pre-alimentación (feed-forward) de Mario Kaplún. Recuperado de:
http://www.gabinetescomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/comunicacion_participativa_y_educacion_en_medios_implicaciones_del_concepto_de_prealimentacion_feed_forward_de_mario_kaplun.pdf

Barranquero, A. (2010) Problematizar la comunicación alternativa. Dificultades conceptuales, potencialidades críticas. Actas - II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social - Universidad de La Laguna. Recuperado de:
http://www.revistalatinacs.org/10slcs/actas_2010/054_Barranquero.pdf

Beltrán, L. R. (2012) Democracia y Comunicación. Serie 2: Aportes a la democracia intercultural. OEP. Tribunal Supremo Electoral. Servicio Intercultural de Fortalecimiento Democrático (SIFDE) La Paz. Bolivia.

BELTRÃO, Luiz (1980). Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados. Cortez.

Bernad Monferrer, E.; Arda, Z. & Fernández Fernández, C. (2013) Comunicación e historia al servicio de la proyección territorial: la imagen oriental de la ciudad de Granada. Historia y Comunicación Social. Vol. 18. N° Especial Diciembre. Págs. 893-904.

Bourdieu, P (1979) La distinción. Critique social du jugement, Minuit, París.

Bourdieu, P. (1987) Los tres estados del capital cultural. Sociología. Revista del Departamento de Sociología, 2 (5), PAGs.

Bourdieu, P. (2007) El sentido práctico. La ed.-Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina. [1ª ed. 1980. Sociología, 2 (5).

Cáceres, M. J. M. (2012). La educación y la comunicación patrimonial: una mirada desde el Museo de Huelva. Departamento de Didáctica de la Ciencias y Filosofía. Huelva, Universidad de Huelva. Tesis de Doctorado en Ciencias de la Comunicación.

Cadavid, A. & Gumucio Dragón, A. (2014). Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Recuperado de:
https://www.academia.edu/20047785/Pensar_desde_la_experiencia

Castillo Ruiz, J., Bellido Grant, M. L., Rodríguez de las Heras, A., Martín, M., Carreras Monfort, C., Moreno Sánchez, I., Bondía Román, F. (2008) Difusión del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías. (M.L. Bellido Gant, Ed.) Difusión del Patrimonio Cultural y Nuevas Tecnologías. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía e Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.

Caro, J.L, Luque, A. & Zayas, B (2014) Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales. XVI Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica. Alicante.

Calle, C.S (2011) La marca ciudad de Cuenca como un elemento de participación social. Cuaderno 38 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

Colectivo de autores (2016) De lo superficial a lo esencial. Lo comunitario en prácticas culturales. Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello. La Habana.

Compte- Pujol, M. (2016) La estrategia de comunicación del patrimonio desde la comunicación corporativa y las relaciones públicas. Análisis de un caso: el Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO en España. Universitat Ramon Llull Facultat de Comunicació y Relacions Internacionals Blanquerna. Barcelona, España.

Conforti, M. E & Endere, M. L (2012) La imagen de la arqueología y el patrimonio arqueológico en los medios de comunicación. Un análisis sobre la prensa gráfica local. Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología, núm. 14, enero-junio, p. 163-184. Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia.

Cuenca, J M. & Martín-Cáceres, M J. (2014) Manual para el desarrollo de proyectos educativos de museos. Gijón: Trea.

Chiapparini, A. (2012) Communication and cultural heritage communication as effective tool for Heritage Conservation and Enhancement. Tesis Doctoral. Doctoral program in Design and Technologies Exploitation for the Cultural Heritage XXIV cycle. Politecnico di Milano. Italia.

Dávila, M. (2018) Modelo de gestión de comunicación pública del patrimonio para la oficina del conservador de la ciudad de Cienfuegos. Tesis en opción al grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación. Universidad de la Habana.

De Certau, M. (1979). Prácticas Cotidianas, en Les Cultures populaires, París, p. 23-30. En A. Basail & D. Álvarez (2006) Sociología de la cultura. Tomo I, Segunda Parte. Editorial Félix Varela, La Habana.

Del Valle, C. (2007). Comunicación Participativa: Aproximaciones desde América Latina. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (4), 113-130. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671395>

Durán, G. (2018) Participación de la comunidad portadora en la gestión patrimonial del Centro Histórico Urbano de Remedios. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Sociológicas. Universidad central Marta Abreu de Las Villas. Facultad de Ciencias Sociales, Centro de Estudios Comunitarios, Santa Clara, Cuba.

Durán, G & Alejandro Albelay, A. (2019) Consideraciones preliminares para un guion museográfico de interpretación patrimonial en la Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas publicado en Durán, G et al. (2019) Gestión cultural del patrimonio para el desarrollo local en Cuba. Tomo II. Aplicaciones. Editorial Feijoo.

Fontal Merillas, O. (2016) Educación patrimonial: retrospectiva y prospectivas para la próxima década. *Estudios Pedagógicos*, vol. XLII, núm. 2, pp.415-436. Universidad Austral de Chile. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173548405024>

Fraser, N. (1997). *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Santa Fe de Bogotá: Siglo del hombre Editores/ Universidad de los Andes.

García Canclini, N. (1999) Los usos sociales del Patrimonio Cultural. En: Aguilar, E. (ed.) *Cuadernos Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Andalucía, España: Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

González, C. & Martínez, S. (2013) La marca territorio como elemento de la comunicación: Factor estratégico del desarrollo turístico en Cuenca. *Pensar la Publicidad* Vol. 7 -- Num.1 - (2013) 113-134. http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2013.v7.n1.42439

González, C (2011) La comunicación en el proceso de construcción del patrimonio: percepciones y mediaciones. Trabajo de Fin de Máster. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: https://www.academia.edu/1218127/La_Comunicaci%C3%B3n_en_el_proceso_de_construcci%C3%B3n_del_patrimonio_percepciones_y_mediaciones

Hervías Beorlegui, J. J. (2016). Interpretación del patrimonio a través del análisis de las técnicas utilizadas en el Museo de Jamtli (Tesis Doctoral). Universitat de Barcelona.

Recuperado de:

https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/400093/JJHB_TESIS.pdf?sequence=1

Honneth, A. (1997). La lucha por el reconocimiento. Por una gramática moral de los conflictos sociales. Barcelona: Crítica-Grijalbo Mondadori.

Huergo, J. (2003). El reconocimiento del "universo vocabular" y la prealimentación de las acciones estratégicas. La Plata: Centro de Comunicación/Educación y Cátedra de Extensión Agropecuaria (UNPL).

Huergo, J. (2005) Hacia una genealogía de Comunicación/educación. Rastreo de algunos anclajes político-culturales. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación (UNLP)

Jara, D. E. (2015) Expresión de la participación en la tradición parrandera en Chambas. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Sociológicas, Centro de Estudios Comunitarios, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.

Jaramillo, L.G (2011) Patrimonio cultural y arqueológico: de la representación Mediática en Colombia y la identidad nacional. Antipod. Rev. Antropol. Arqueol. No.12, Bogotá, Enero-Junio 2011, p.262 ISSN 1900-5407, pp.139-164

Leyton Rivas, R. (2007). El patrimonio cultural en México. Revista RE-Presentaciones Periodismo, Comunicación y Sociedad, 2, 107-114.

Llull, J. (2005) Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. Arte, Individuo y Sociedad, 17.

Martin Barbero, J. (2003) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello. Santa Fé de Bogotá. Quinta Edición. Editorial Gustavo Gili. Colombia.

Martin Barbero, J. (2015) ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación No. 128, abril-julio (Sección Tribuna, pp. 13-29) Ecuador: CIESPAL.

Martínez, D (2017) El reconocimiento en comunicación/ educación. Esbozos para una categoría en construcción. Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe, Vol. 14, No. 2, octubre-marzo, 2017, 164-189

Martín, M. (2007). La difusión del patrimonio. Actualización y debate. En: e-rph. Revista electrónica de patrimonio histórico, n.1. Recuperado de:

<http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/difusion/estudios/articulo.php>

Mateos Rusillo, Santos M. (2011). ¿Solo informar o también persuadir? Museos y publicidad en España. En: Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias, vol. 05 (01), pp. 203-222.

Mateo Rusillo, S. (2008) Interpretación y difusión preventiva, objetivo: la prevención. De la persuasión a la acción directa. Boletín de Interpretación, pp.22-26, No. 18, Recuperado de:

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index/php/boletin/issue/archive>

Mateos Rusillo, S. M. (2008). Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación. Editorial Trea.

Mateos Rusillo, S. M. (2009). Patrimoni cultural i industria turística. La comunicación com a estrategia per afavorir un matrimoni sostenible. In J. De San Eugenio Vela (Ed.), Manual de Comunicación Turística. Girona: Documenta Universitaria.

Mattozi, I. (2001) La didáctica de los bienes culturales: a la búsqueda de una definición. En J. Estepa, C. Domínguez y J.M. Cuenca (eds.) Museo y Patrimonio en la didáctica de las Ciencias Sociales. Huelva, Universidad de Huelva, pp. 57-95

Meneses, M.D. (2011) Periodismo, medias y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal. Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 17 Núm. 2, p. 365-381.

- Mercado Sáez, M. T. (2006). Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado. Universidad Cardenal Herrera-CEU.
- Monjas Eleta, M. (2012). El patrimonio cultural y su tratamiento periodístico. Un análisis de la Edición Regional de El Mundo de Castilla y León Y el Norte de Castilla (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid.
- Monge Hernández, J. R (2017) Herramientas de difusión del patrimonio cultural en España. Trabajo de fin de grado de comunicación. UOC.
- Morales, J. & Guerra, F. (2000) Conceptos de Interpretación. Definiciones. Boletín de Interpretación, No. 3, Recuperado de:
<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/issue/archive>
- Molina, S., Escribano, A. & Díaz, J. (eds.) (2016). Patrimonio, identidad y ciudadanía en la enseñanza de las ciencias Sociales. Universidad de Murcia, España.
- Thompson, J. B. (2002) Ideología y Cultura moderna. Teoría Crítica Social en la era de la comunicación de masas. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. México.
- Orozco, G. (1996) «TV y audiencias: una relación que requiere ser reglamentada», en Orozco, G.: Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Madrid/México, La Torre/PROIICOM, Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G (1997) El reto de conocer para transformar. Medios, audiencias y mediaciones. Revista Comunicar, No. 8, p. 25-30.
- Pinassi, C. A (2016) La configuración de un nuevo espacio turístico recreativo a través de la valorización del patrimonio cultural: el caso de Bahía Blanca. Tesis Doctoral. Universidad Nacional del Sur, Argentina. Recuperado de:
<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3380>
- Querol, M. A (2010) Manual de gestión del patrimonio cultural. Ediciones Akal. Madrid.
- Ravé, J. L. (1996): Difusión del patrimonio histórico en Andalucía. Difusión del Patrimonio Histórico. Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Recuperado de:

https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2021-03/1233837609083_ph7.renee_sivan.capiv_.pdf

Resik M. (2017) Medios para comunicar el patrimonio: entramados comunicativos en la rehabilitación integral del Centro Histórico habanero. Tesis doctoral en gestión y conservación del patrimonio. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Granada, España. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10481/48790>

Rodríguez, E. J; González, A.; Sierra, J. A.; Navarro, S. & Saorín, T. (2012) Wiki Loves Monuments 2011: experiencia en España y reflexiones desde la difusión del patrimonio cultural. Dossier Investigación académica sobre la Wikipedia, Revista Científica Digital impulsada por los Estudios de Artes y Humanidades, Digithum, n. 14.

Santos, B. de S. (2005). El milenio huérfano. Madrid: Editorial Trotta.

Seisdedos, H. (2006). “La marca ciudad como antídoto para la ‘bonsainización’ del citymarketing”. En Harvard Deusto Marketing y Ventas, nº 76, Barcelona: Deusto-Planeta. Recuperado de: <http://burgosciudad21.org/adftp/LamarcaciudadHarvardDeusto.pdf>

Sierra Caballero, F. & Sola-Morales, S (2021) «El lugar de la cultura en la era del capitalismo cognitivo. Notas para una discusión sobre ciudadanía digital». Comunicación y Hombre. 2021, nº 17. Recuperado de: <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.591.253-269>

Sierra, F.; Maldonado, C. & Del Valle, C. (2020). Nueva Comunicología Latinoamericana y Giro Decolonial. Continuidades y rupturas, en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación 25, 225-242.

Smith, L (2011). El “espejo patrimonial”. ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples? Antípoda Revista de Antropología y Arqueología 12.

Taborda, S. (1951) Investigaciones pedagógicas. Vol. IV Tomos. Córdoba: Ateneo Filosófico de Córdoba.

Tarrias Ruiz, F. J. (2017). Comunicación del patrimonio cultural propio. Bases procesos y estrategias de comunicación para la asimilación de la identidad cultural de una comunidad a través de su patrimonio (Tesis de Licenciatura). Universitat Oberta de Catalunya.

Weber, M. (1956) Historia económica general, Ciudad México, México, FCE.

Winocur, R. (2008). Los medios de comunicación como parte constitutiva de la experiencia urbana. Alteridades, 18 (36).

Williams, R. (1994) Sociología de la cultura. Editorial Paidós, Barcelona, España.

Wolf, M. (2005) La investigación de la comunicación de masas. Editorial Pablo de la Torre.

Listado de documentos consultados

Cartas internacionales sobre el patrimonio cultural, su salvaguardia y gestión:

1. 1931. I Congreso Internacional de arquitectos y especialistas en restauración de Monumentos Históricos. Carta de Atenas "Carta del Restauo", Grecia.
2. 1954. UNESCO. Convención sobre la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado. La Haya, Holanda.
3. 1962. UNESCO. Recomendación sobre la salvaguardia de las bellezas y características de los paisajes y de los sitios. París, Francia.
4. 1964. ICOMOS. Carta de Venecia. Venecia, Italia.
5. 1967. ICOMOS. Normas de Quito. Quito, Ecuador.
6. 1970. UNESCO. Convención sobre medidas para prohibir e impedir la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales. París, Francia.
7. 1972. UNESCO. Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. 17ª Sesión de la Conferencia General. París, Francia.
8. 1975. ICOMOS. Resolución del Simposio Internacional sobre la Conservación de Pequeñas Ciudades Históricas. Rothenburg ob der Tauber, Baviera, Alemania.
9. 1975. CONGRESO DEL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO EUROPEO. Carta de Europa "Declaración de Ámsterdam". Ámsterdam, Holanda.

10. 1976. UNESCO. Recomendación relativa a la salvaguarda de conjuntos históricos y su función en la vida contemporánea. Nairobi, Kenia.
11. 1976. ICOMOS. Carta de Turismo Cultural. Bruselas, Bélgica
12. 1977. ICOMOS. Las Normas de Quito. Quito, Ecuador
13. 1978. UNESCO. Recomendaciones de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura. París, Francia.
14. 1982. UNESCO. Informe de la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural. México.
15. 1982. ICOMOS. Informe del Simposio "Reconstrucción de Monumentos Destruídos por la Guerra". Dresde, República Democrática Alemana.
16. 1982. ICOMOS. Carta de Florencia "Jardines Históricos". Florencia, Italia.
17. 1982. ICOMOS. Declaración de Tlaxcala. Tlaxcala, México.
18. 1983. ICOMOS. Declaración de Roma. Roma, Italia.
19. 1984. ICOMOS. Declaratoria de Oaxtepec. Morelos, México
20. 1986. ICOMOS. Carta de Toledo "Carta Internacional para la Conservación de Poblaciones y Área Urbanas Históricas". Toledo, España.
21. 1987. ICOMOS. Carta de Washington sobre la Conservación de Poblados Históricos. Washington, Estados Unidos.
22. 1990. ICOMOS. Carta Internacional para la Gestión del Patrimonio Arqueológico. Lausana, Suiza.
23. 1993. ICOMOS. Guía para la educación y el entrenamiento en la conservación de monumentos, conjuntos y sitios Colombo, Sri Lanka.
24. 1994. ICOMOS. Carta de Aalborg "Carta de las ciudades europeas hacia la sostenibilidad". Aalborg, Dinamarca.
25. 1994. ICOMOS. Documento de Nara sobre la Autenticidad. Nara, Japón.
26. 1994. ICOMOS - COMITÉ DE ESTADOS UNIDOS Comité de Paisajes Históricos. Estados Unidos.
27. 1995. CONFERENCIA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE. Carta del Turismo Sostenible Lanzarote, Islas Canarias, España.
28. 1996. ICOMOS. Carta internacional sobre la protección y la Gestión del Patrimonio Cultural Subacuático. Sofía, Bulgaria

29. 1996. ICOMOS. Declaración de San Antonio. San Antonio, Texas, Estados Unidos.
30. 1996. ICOMOS. Principios para la Creación de Archivos Documentales de Monumentos, Conjuntos Arquitectónicos y Sitios Históricos y Artísticos. España.
31. 1997. COMITÉ REGIONAL DE ICOMOS. Declaración de Lima, sobre la gestión de los centros históricos latinoamericanos. Lima, Perú.
32. 1997. ASAMBLEA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN. "Ley 12/1997, de 3 de diciembre, de parques culturales de Aragón". Ley de Parques Culturales de Aragón. Zaragoza, Aragón, España.
33. 1998. ASOCIACIÓN AMERICANA DE MUSEOS (AAM) Primera Cumbre Hemisférica de los Museos de Las Américas. "Museos y Comunidades Sostenibles". San José, Costa Rica.
34. 1998. ICOMOS. Declaración de ICOMOS en el Aniversario 50 de la Declaración de los Derechos Humanos. Estocolmo, Suecia.
35. 1998. ICOMOS - COMITÉ DE ESTADOS UNIDOS. El Acta de Colonia del Sacramento. Sacramento, Estados Unidos de América.
36. 1999. ICOMOS. Carta Internacional sobre Turismo Cultural. París, Francia.
37. 1999. ICOMOS. Carta del Patrimonio Vernáculo Construido. Guadalajara, México.
38. 1999. ICOMOS. Seminario Internacional del CIIC (Comité Internacional de Itinerarios Culturales). Guanajuato, México.
39. 1999. ICOMOS. Carta de Burra. Burra, Australia.
40. 1999. ICOMOS. Principios que deben regir la conservación de las estructuras históricas en madera. México.
41. 1999. UNESCO. Declaración de Cusco. "Lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales". Cusco, Perú.
42. 1999. UNESCO. Declaración de Budapest sobre la Ciencia y el uso del saber científico. Budapest, Hungría.
43. 1999 - 2000. OBSERVATORIO EUROPEO SOBRE TURISMO CULTURAL. Código de ética del turismo cultural. Paestum, Italia (antigua ciudad griega) - Ravello, Italia.
44. 2000. ICOMOS. Plan de Acción en la red de actividades en los años 2000-2001. 2do Seminario Internacional sobre gestión turística y ciudades patrimoniales. Nazaret, Israel.
45. 2001. ICOM. Código de deontología del ICOM (Comité Internacional de Museos) para los museos. Barcelona, España.

46. 2001. UNESCO. 31ª Sesión de la Conferencia General. Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural. París, Francia.
47. 2003. II CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO CULTURAL NAYÁ. Informe de Conclusiones del II Congreso Internacional de Turismo Cultural. Buenos Aires, Argentina.
48. 2003. ICOMOS. Nueva Carta de Atenas 2003 “La visión de las ciudades en el siglo XXI”. Atenas, Grecia.
49. 2003. UNESCO. Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. París, Francia.
50. 2004. FORUM BARCELONA 2004 GLOBALIZACIÓN Y DESARROLLO. Declaración sobre el turismo, la diversidad cultural y el desarrollo sostenible. Barcelona, España.
51. 2004. ICOMOS. Carta de Ename, para la interpretación del Patrimonio Cultural. Ename, Bélgica.
52. 2005. ICOMOS - CIIC. Carta Internacional de Itinerarios Culturales. Xi'an, China.
53. 2005. UNESCO. Guía operativa para la implementación de la Convención del Patrimonio Mundial. París, Francia.
54. 2007. UNESCO. Declaración de Friburgo sobre Derechos Culturales, Friburgo, Alemania.
55. 2008. ICOMOS. Carta para la interpretación y presentación de los Sitios de Patrimonio Cultural. Quebec, Canadá.
56. 2011. Principios de La Valeta para la Salvaguardia y Gestión de las Poblaciones y Áreas Urbanas Históricas. La Valeta, Malta. (Iniciado en 2009, en Dubrovnik, Croacia).
57. 2011. ICOMOS. Declaración de París sobre el patrimonio como motor del Desarrollo. París, Francia.
58. 2011. ICOMOS. Los principios de Dublín. Dublín, Irlanda.
59. 2011. ICOMOS - COMITÉ DE ESPAÑA. Documento de Madrid “Criterios de conservación del patrimonio arquitectónico del siglo XX”. Madrid, España.
60. 2013. ICOMOS. Declaración de Cuenca sobre el Espacio Público en los Centros Históricos. Cuenca, Ecuador.
61. 2014. La Declaración de Florencia sobre el patrimonio y el paisaje como valores humanos. Italia.

- 62: 2017. Principios de Salalah para la gestión sitios arqueológicos públicos. ICOMOS, Nueva Delhi, India.
63. 2017. Documento sobre los Parques públicos históricos urbanos ICOMOS-IFLA ICOMOS, Nueva Delhi, India.
64. 2017. ICOMOS Principios sobre los Paisajes rurales como Patrimonio, ICOMOS-IFLA Adoptados por la 19va Asamblea General del, Nueva Delhi, India.
65. 2017. Declaración de Delhi sobre patrimonio y democracia, ICOMOS, India, 2017.
66. 2017. ICOMOS Principios de Sevilla sobre arqueología virtual, Principios Internacionales de Arqueología Virtual. España
67. 2018. Declaración de Davos. Conferencia de Ministros de Cultura. Suiza.
68. 2018. Carta de Sevilla de Patrimonio Industrial. Los retos del siglo XXI. España.