

PLAN DE DIFUSIÓN



cooperazionebolivia@gmail.com

PLAN DE DIFUSIÓN

Percibida la necesidad por parte de las Instituciones locales de poder contar con instrumentos aptos a la propia realidad, en el respecto de las competencias establecida por la Ley de Autonomías, esta guía metodológica es para permitir a los Departamentos y Municipios de preparar sus planes de gestión de patrimonio cultural, identificando las problemáticas características de los diferentes contextos y adoptando medidas idóneas con una planificación del desarrollo adecuada a las especificidad existentes.

Programa de Asistencia Técnica al Ministerio de Culturas y Turismo – II Fase - 2016

Elaborado por Renzo Carlucci en el ambito del Programa de Assistência Tecnica al Ministerio del Cultura y Turismo de Bolivia.

cooperazionebolivia@gmail.com

Versión 1.0 - 21 de mayo 2016

SUMARIO

Plan de Difusión	2
Objeto	2
Objetivos	2
Programa de difusión por medios masivos	5
Escrito	5
Televisión	5
Radio	6
Internet	7
Programa de Educación	7
Educación para adultos/as	8
Programa de Prevención de Delitos contra el Patrimonio Cultural	8

Plan de Difusión

OBJETO

La difusión se considera un medio eficaz e imprescindible para conocer, disfrutar, respetar, proteger, conservar y salvaguardar, los elementos que conforman el Patrimonio Cultural y Natural del país.

OBJETIVOS

El desarrollo del Plan de Difusión pretende la consecución de objetivos específicos, como son:

1. Dar a conocer a la sociedad la importancia del Patrimonio Cultural, o más específicamente puede ser por ej.: del Sitio Arqueológico de Samaipata.
2. Fomentar el conocimiento y la comprensión de los problemas que afectan al Patrimonio Cultural.
3. Provocar en la sociedad un sentimiento de respeto y protección hacia el Patrimonio Cultural, promoviendo el desarrollo de actitudes y valores en favor de la conservación de este que favorezcan la toma de decisiones y actitudes de compromiso y acción sobre este frágil y valioso legado, de forma continuada en el tiempo.
4. Mostrar a la sociedad que es posible la convivencia entre la explotación del Patrimonio Cultural como recurso económico y la sostenibilidad ambiental del mismo (uso racional y solidario del recurso).
5. Contrastar experiencias entre los profesionales de la gestión patrimonial y establecer foros de debate sobre el estado actual y futuro del Patrimonio Cultural y Natural.

El Patrimonio pertenece y es producto de la sociedad, tanto en su materialización original como en su contextualización actual. Pero no siempre la sociedad es consciente del valor de pertenencia que posee ni del alcance del reconocimiento de todo lo que definimos como Patrimonio Cultural. Es decir, que la misión de la Difusión es establecer un reconocimiento del patrimonio por parte de la sociedad.

Es necesario dotar a la relación patrimonio/sociedad de accesibilidad física e intelectual y de sensibilización frente a los conceptos de fragilidad, per- durabilidad y pertenencia que aquejan al patrimonio.

La eficacia de este vínculo implica un trabajo en forma directa e indirecta con la sociedad:

Las acciones de difusión, están encaminadas a que la sociedad compren- da mejor la im- portancia del Patrimonio Cultural como elemento constitutivo de la identidad de la comu- nidad. El interés, el afecto público y la apreciación de los valores del patrimonio, son las formas más seguras de protección.



- Las diferentes instituciones con responsabilidad sobre el Patrimonio Cultural deben ocuparse de explicar activamente el significado y valor del mismo, a través de publicaciones, exposiciones, medios de comunicación, internet y otros.
- Impulsar la creaciones de eventos relacionados con el Patrimonio Cultural: Festival, ferias, exposiciones temáticas, exposiciones fotográficas, representaciones artísticas (obras de teatro, títeres), congresos, simposios, jornadas y otros, para fomentar su conocimiento, conservación y salvaguardia.

- Es importante mostrar experiencias positivas locales y/o foráneas ya que pueden ser de gran utilidad y servir como base y punto de partida para la puesta en marcha de otras iniciativas.
- Desarrollo de campañas de sensibilización sobre la salvaguardia del Patrimonio Cultural.
- Las acciones de difusión deben respetar la totalidad del fenómeno cultural, no seleccionando menos fragmentos que, por un lado, no representan su sentido global, y por otro, lo empobrecen, interfiriendo en su verdadero significado.
- Desarrollo de encuentros entre profesionales de la comunicación y especialistas del Patrimonio Cultural, permitirán: elaborar y actualizar protocolos de comunicación y difusión de las manifestaciones culturales; establecer las posibles formas de colaboración entre los profesionales de la comunicación y los expertos en Patrimonio Cultural, a objeto de beneficiar la permanencia de las manifestaciones en peligro de extinción, sin merma de la función informativa que tienen asignada los medios. Este debate permitirá definir los procedimientos y formas más adecuados a la hora de dar a conocer las diferentes facetas del patrimonio cultural, priorizando, al mismo tiempo, la fiabilidad de la información, la objetividad, la ética y la preservación de dicho Patrimonio.
- Desarrollo de estrategia de comunicación a través de internet y de las redes sociales. La red constituye una fuente inagotable de información y recursos de comunicación y difusión, pero en referencia al Patrimonio Cultural se debe tener en cuenta las mismas premisas y condicionantes para evitar las amenazas de una sobreexposición, susceptibles de alterarlo o transformarlo en otro tipo de manifestaciones más turísticas o comerciales.

La Educación en patrimonio es una estrategia valiosa para el desarrollo de programas de difusión y prevención, que se puede emplear en diferentes ámbitos. Por ejemplo la difusión, prevención, detección de los factores de destrucción del patrimonio, tratamiento oportuno, conservación, rehabilitación y salvaguardia del patrimonio cultural.

PROGRAMA DE DIFUSIÓN POR MEDIOS MASIVOS

Los medios de comunicación de masa pueden transmitir noticias rápidamente a un grupo amplio de la audiencia, pero no puede esperarse que por sí solos motiven a las personas para cambiar su conducta. Estos medios son, en general, la fuente primaria de información pero pueden ser menos confiables que las fuentes de información más íntimas y tienen limitaciones de tiempo, espacio, costo y valor informativo que pueden limitar su capacidad para explicar la información compleja de forma adecuada y plena.

Además de los noticieros, los medios de comunicación de masas ofrecen otras oportunidades para los mensajes, algunas de las cuales requieren cierto grado de innovación. Por ejemplo, llamadas de la audiencia de la radio, programas de entrevistas e incluso, la incorporación en una telenovela de un tema específico de interés.

El empleo de diferentes canales incrementará la repetición de la información, aumentando la posibilidad de que la audiencia esté expuesta a la información lo suficiente como para absorberla y recordarla. La selección y combinación de canales deben determinarse antes de elaborar los materiales ya que el formato del mensaje será diferente para los distintos canales.

ESCRITO

Realizar publicaciones en los medios escritos: reportajes, columnas de opinión, comunicados, fichas coleccionables educativas, y otros. Las revistas presentan muchas oportunidades para los mensajes en temas de patrimonio cultural. Pueden explicar temas complejos sobre este tema con una transmisión de mensajes más objetiva, detallada y racional. La audiencia tiene la posibilidad de sacar recortes, releer y pensar en el material. Los lectores pueden pasar el material a otras personas y leerlo cuando les parezca conveniente.

TELEVISIÓN

La televisión, con su alcance amplio y su atracción para las masas, brinda la oportunidad de incluir mensajes sobre patrimonio mediante la transmisión de noticias, programas de entrevistas y programas dramáticos, como las telenovelas.

En la televisión, los programas musicales y los de concurso, así como los programas dramatizados (telenovelas y series), representan también oportunidades para llegar a la audiencia meta con mensajes orientados a promover y proteger el patrimonio cultural. Pero al mismo tiempo, la televisión presenta algunas desventajas: no es probable obtener una atención completa y los mensajes pueden resultar oscurecidos por “tandas” publicitarias. Además, es el medio más costoso para producción y distribución.

La difusión de spots por el medio televisivo es muy importante, por las imágenes que transmite y su estrategia de información, persuasión e inducción a los cambios de comportamiento en la población.

A través de los programas con mayor audiencia, se busca generar en la población, la participación masiva en las Campañas de Promoción Cultural y Protección del Patrimonio Cultural.

Elaborar y emitir spots, reportajes, documentales, y otros.

El vídeo es otra opción a considerar. Esta opción resulta atractiva para las personas, puesto que a la vez que les permite acercarse técnicamente a un medio tan cotidiano en la actualidad como lo es el vídeo, les posibilita expresar sus opiniones y aportarlas a la interpretación colectiva de hechos, noticias y procesos que se viven en sus comunidades acerca del patrimonio cultural, ganándose así un importante espacio en la misma.

RADIO

La radio provee una oportunidad para que la audiencia se involucre directamente mediante programas de llamadas. El mensaje auditivo de la radio permite que los mensajes sean menos intrusos. El consumo de la radio es generalmente pasivo, pero el intercambio con la audiencia es posible. Los programas de radio en vivo son muy flexibles y baratos.

La difusión en radio es fundamental para llegar a las familias que tienen este medio. Es importante establecer que no toda la población tiene acceso a la televisión y que en cambio, la gran mayoría puede acceder fácilmente a un equipo radiofónico. La radio además es un medio de alcance al público urbano y rural, quienes escuchan los diferentes programas mientras se trasladan al colegio, universidad, centro de trabajo o realizan sus actividades en su casa.

Elaboración y emisión de cápsulas informativas, explicativas, concienciación, educación y difusión.

INTERNET

El soporte digital crea un nuevo lenguaje que tiene una forma diferente de codificar la información, de representarla a través de símbolos e imágenes en movimiento, de almacenarla y reproducirla, es un lenguaje eminentemente audiovisual y que imita a la realidad, lo que lo hace especialmente atractivo. Por su capacidad gráfica y de sonido, es adecuada para la presentación de obras de arte, monumentos, elementos y manifestaciones patrimoniales de todo tipo.

Para una correcta utilización de los medios digitales es necesario integrarlos en programas educativos, ya que serán los objetivos, metas, y contenidos los que le den sentido. Es importante considerar también a quienes, y a que contexto está dirigido.

PROGRAMA DE EDUCACIÓN

- Talleres y visitas guiadas de alumnos de centros educativo para, conocer el patrimonio cultural, material e inmaterial, donde se les explicara el valor del mismo y la importancia de su conservación y salvaguardia. Con estos talleres se pretende crear una toma de conciencia y despertar un sentimiento de identidad, que los fortalecerá como comunidad e impulsara a contribuir en su protección. Es necesario realizar previamente talleres con los profesores, para que estos conozcan y preparen clases y dinámicas de enseñanza al respecto.
- Programas educativo y de difusión dirigidos a las instituciones gubernamentales, asociaciones civiles, representantes de las actividades de: turismo, comercio, hotelería, transporte, etc. y la comunidad en general, sobre la importancia del patrimonio cultural como impulsor del desarrollo económico, que implica la mejora de la calidad de vida.
- Producción de material educativo para maestros y alumnos
- Inclusión de tema de patrimonio Cultural Nacional y Regional en las currículas regionalizadas, constituyéndose en materias obligatorias durante el periodo escolar primario y secundario, de forma permanente y continua.

EDUCACIÓN PARA ADULTOS/AS

- En lo referente a este tipo de ocupación cabe mencionar que esta tiene características particulares, tales como el tipo de motivación, la capacidad que las y los adultos tiene para elegir programas educativos o de capacitación acordes a sus intereses y estilos de aprendizaje. Por otra parte, se ha constatado que prefieren desarrollar destrezas, habilidades o conocimientos que tengan impacto en las áreas de su vida que consideren de mayor importancia.
- Debido a que hombres y mujeres tienen responsabilidades laborales y sociales que cumplir, el valor que le asignan a su tiempo es alto, de ahí que en la educación para adultos es indispensable considerar espacios breves de tiempo, que, no obstante, sean suficientes para abordar los contenidos necesarios y lograr los objetivos educativos planteados; esto implica que cuando se planifican, ejecutan y evalúan talleres de capacitación para adultos, se debe buscar eficiencia.
- De manera similar, debido a que las y los adultos son potenciales constructores de los conocimientos de las y los demás, es importante que el proceso educativo sea altamente participativo y no desperdicie, sino que tome en cuenta las necesidades, expectativas, valores, conocimientos y habilidades actuales de las y los participantes.
- En cuanto a la motivación para emprender proceso de educación - capacitación, se ha visto que uno de los grandes motivadores para las y los adultos es el reconocimiento social por las tareas que desarrollan en la comunidad a la cual pertenecen, tareas éstas que les es posible asumir debido, precisamente, a haber participado en proceso de enseñanza-aprendizaje que les permiten construir nuevos conocimientos y revisar, crítica y autocráticamente, sus prácticas, creencias y actitudes.

PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE DELITOS CONTRA EL PATRIMONIO CULTURAL

- Consiste en la realización de talleres y conferencias para el personal de las instituciones involucradas en la defensa y protección del patrimonio cultural, especialmente de aquéllas que tienen competencia en la prevención y control de los delitos contra él (miembros de la iglesia católica, gestores de sitios y manifestaciones, policía, entes

judiciales, ejército, entre otros).

- Como complemento de estas actividades de capacitación se realizan visitas de reconocimiento a ciudades históricas, museos, sitios arqueológicos, monumentos, manifestaciones culturales, con el objetivo de familiarizar a los visitantes con los bienes culturales que suelen ser objeto de delitos y por lo tanto sujetos de las acciones de prevención de los mismos.