

Artículo original

Diseño de un procedimiento para evaluar la identidad de los espacios públicos patrimoniales



Design of a procedure to evaluate the identity of public heritage spaces

Desenho de um procedimento para avaliar a identidade dos espaços públicos patrimoniais

Arlett Medina Rodríguez¹  0000-0001-8570-723X  arlett.medina@umcc.cu

Leysi Iliana Blanco Ramiz¹  0000-0002-1955-3110  leysi.blanco@umcc.cu

Jensy Tanda Díaz¹  0000-0002-0214-7888  jensy.tanda@umcc.cu

Roberto Carmelo Pons García¹  0000-0002-0836-8323  roberto.pons@umcc.cu

Yanlis Rodríguez Veiguela¹  0000-0001-6220-0209  yanlis.rodriguez@umcc.cu

¹ Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos". Matanzas, Cuba.

Recibido: 13/06/2022

Aprobado: 06/07/2022

RESUMEN

Sin duda alguna, el término espacio público es común para todos los ciudadanos, por varios siglos estos lugares han sido puntos centrales en el desarrollo tanto de las ciudades como civilizaciones completas. El espacio público patrimonial, construido por el ser humano, con la ciudad como principal paradigma es, ante todo, un espacio para ser ocupado, para servir y ser usado, para llenar y vaciar con la presencia real o simbólica, para interactuar con otras personas en un entorno y para interactuar con el mismo. El escenario actual en que se desenvuelven las ciudades y su creciente competitividad ha evidenciado las limitaciones y carencias existentes en la gestión de sus espacios públicos patrimoniales y, en específico, en el estudio de la identidad de los mismos. En respuesta a esto, la presente investigación tiene como objetivo proponer un procedimiento para la evaluación de la identidad de los espacios públicos patrimoniales de una ciudad, plantea, como novedad, el diseño

del procedimiento contextualizado, aborda holísticamente la problemática de estudio a partir de la sistematización de los fundamentos teórico-metodológicos existentes en la gestión de los espacios públicos patrimoniales; además, se establecen el rol y vínculo entre la gestión de *marketing* de una ciudad y la identidad de estos espacios. En esta lógica de análisis se utilizan e integran, de forma coherente, métodos y técnicas pertinentes, que permiten el estudio de la identidad de los espacios públicos patrimoniales en función de contribuir a elevar la efectividad de su gestión en el ámbito urbano.

Palabras clave: espacios públicos patrimoniales; identidad; patrimonio.

ABSTRACT

Undoubtedly, the term public space is common to all citizens, for several centuries these places have been central points in the development of both cities and entire civilizations. The patrimonial public space, built by human beings, with the city as the main paradigm is, above all, a space to be occupied, to serve and to be used, to fill and to empty with real or symbolic presence, to interact with other people in an environment and to interact with it. The current scenario in which cities develop and their increasing competitiveness has evidenced the existing limitations and shortcomings in the management of their public heritage spaces and, specifically, in the study of their identity. In response to this, the present research aims to propose a procedure for the evaluation of the identity of the public heritage spaces of a city, proposes, as a novelty, the design of the contextualized procedure, holistically addresses the problem of study from the systematization of the existing theoretical-methodological foundations in the management of public heritage spaces; in addition, the role and link between the *marketing* management of a city and the identity of these spaces are established. In this logic of analysis, pertinent methods and techniques are used and integrated in a coherent manner, which allow the study of the identity of public heritage spaces in order to contribute to increase the effectiveness of their management in the urban environment.

Keywords: heritage public spaces; identity; heritage.

RESUMO

Indubitavelmente, o termo espaço público é usual para todos os cidadãos, durante vários séculos estes lugares têm sido pontos fulcrais no desenvolvimento tanto de cidades quanto de civilizações inteiras. O espaço público patrimoniais, construído pelo ser humano, tendo a cidade como cenário principal, é, acima de tudo, um espaço a ser ocupado, a servir e a ser utilizado, a preencher e a esvaziar com presença real ou simbólica, a interagir com outras pessoas em um ambiente e a interagir com ele. O cenário atual em que as cidades se desenvolvem e sua crescente competitividade tem destacado as limitações e deficiências existentes na gestão de seus espaços de patrimônio público e, especificamente, no estudo de sua identidade. Em resposta a isto, a presente pesquisa visa propor um procedimento para a avaliação da identidade dos espaços públicos patrimoniais de uma cidade. Propõe, como novidade, o desenho de um procedimento contextualizado, aborda holisticamente o problema do estudo a partir da sistematização dos fundamentos teórico-metodológicos existentes na gestão dos espaços públicos patrimoniais; além disso, estabelece o papel e a articulação entre a gestão de marketing de uma cidade e a identidade destes espaços. Nesta lógica de análise, métodos e técnicas aplicáveis são utilizados e integrados de maneira coerente, que permitem o estudo da identidade dos espaços públicos patrimoniais a fim de contribuir para aumentar a eficácia de sua gestão no ambiente urbano.

Palavras-chave: espaços públicos patrimoniais; identidade; patrimônio.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las ciudades se encuentran en la necesidad de adaptarse a los cambios existentes a nivel mundial, por lo que han tenido que replantearse sus objetivos, así como buscar nuevas alternativas de gestión que le garanticen un determinado nivel de competitividad (Rodríguez Veiguela, 2016); para ello, es necesario la creación de espacios públicos ya que resultan parte importante de estas. Es donde las personas pueden relacionarse y comunicarse entre sí, por lo que es relevante gestionar de forma efectiva los mismos, a través de su identidad para no desconocer la memoria histórica urbana.

El concepto de espacio público se comienza a desarrollar a partir del siglo XVII por un grupo importante de autores, considerándolo en consenso como un espacio de ámbito comercial. Para

adaptarse exitosamente a las nuevas exigencias del tiempo, las ciudades se ven obligadas a emprender una serie de innovaciones a nivel de la gestión local. Es precisamente el *marketing* como ciencia que brinda una base conceptual y un enfoque científico adecuado para iniciar tales innovaciones. En este orden de ideas, el *marketing* urbano es considerado como una efectiva herramienta de gestión local para el diseño de estrategias en las ciudades, así como para incidir en su competitividad global.

Las ciudades del siglo XXI se encuentran afrontando diversos problemas que afectan cada vez más a la sociedad en su conjunto. Dentro de estos, se puede destacar el acelerado proceso de globalización y la urbanización consecuente. En este escenario, las ciudades no desempeñan un adecuado trabajo con respecto al uso y mejora de los espacios públicos patrimoniales (EPP) en general, que tributen a la conservación de la memoria histórica, la sostenibilidad y creación de valor a partir de su utilización (Ayala García, 2015; Berroeta Torres & Vidal Moranta, 2012; Salim Cerqueira, 2021). Es por ello que resulta preciso llevar a cabo un proceso de evaluación de la identidad de los espacios públicos, con el objetivo de aumentar los beneficios resultantes de su conservación y uso consecuente y que pueda tributar a la creación de valor en el ámbito urbano. Por tanto, es necesario acudir al estudio de la identidad de los espacios públicos patrimoniales en las ciudades cubanas, de tal forma que sirva de punto de partida y núcleo guía para llevar a cabo acciones que redunden en los objetivos planteados y, además, que se puedan extrapolar a otros espacios públicos urbanos a nivel mundial.

El patrimonio se entiende como un legado que integra monumentos y sitios de gran riqueza natural y cultural, forma parte de la riqueza material, inmaterial, espiritual de una sociedad como máximo reflejo de su identidad. Es el nexo sensible de conectarse con el pasado, que permite reconocer y equiparar la esencia, rasgos, e incluso, similitudes en sociedades de una misma época. En los últimos años, la gestión del patrimonio para el desarrollo de las ciudades es cada vez más frecuente, por la gran cantidad de valores que posee (Cantú Martínez, 2018; Coello Gaviño & López Sánchez, 2018).

El espacio público contiene valores y simbolismos que le dan una concepción patrimonial, es decir, valores nacionales, cognitivos, económicos y artísticos que muestran escenarios de memoria, catalogados y dignos de conservarse (Fonseca Rodríguez, 2014), entonces, los espacios públicos patrimoniales son espacios que evocan al pasado con recuerdos importantes, ya sean históricos o que causen una identidad o simbolicen un arraigo en la relación de espacio tiempo, son lugares de

socialización, de expresión, intercambio cultural y de libre accesibilidad que se pueden tomar como punto de partida para identificar huellas no solo históricas, sino culturales como un observatorio del cual depende que sobrevivan la cultura y la historia a través del tiempo.

De acuerdo con Rodríguez Veiguela (2016) las acciones emprendidas en las ciudades cubanas por parte de sus gestores, en sentido general tecnologías, que contribuyan a su gestión de una forma integral; los métodos y técnicas empleados no son sólidamente argumentados, por lo que se tiende al empirismo y falta de coherencia con las necesidades reales de los públicos objetivos urbanos, así como en la concepción del posicionamiento de estas ciudades.

A pesar de la situación antes descrita, en los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución en la Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista (PCC, 2017), se presenta un marcado cambio en la concepción y reconocimiento de estas herramientas en la búsqueda de una adecuada planificación estratégica de la ciudad en beneficio del desarrollo local, de la comunidad y la sociedad de forma general, siempre y cuando esto permita su desarrollo sostenible, al cumplir con las particularidades y preceptos del sistema social cubano (Rodríguez Veiguela, 2016).

En el caso de Cuba, desde hace algunos años, en muchas ciudades, se han creado varias oficinas de conservadores e historiadores en función de rescatar y mantener vivo el patrimonio con que cuenta la nación. Con este objetivo, resulta necesario conocer los recursos identitarios que posee la ciudad con el fin de contribuir a la mejora de su gestión a través de la identidad de los espacios públicos patrimoniales.

La presente investigación aborda como objeto de estudio la identidad de los espacios públicos patrimoniales.

A partir de la problemática establecida, se plantea como objetivo general: Proponer un procedimiento para la evaluación de la identidad de los espacios públicos patrimoniales de una ciudad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación, se utilizaron métodos del nivel teórico del conocimiento, así como métodos y técnicas del nivel empírico del conocimiento. En el nivel teórico, se destacan:

histórico-lógico para conocer los fundamentos y evolución de las diferentes posiciones sobre la identidad de los espacios públicos patrimoniales y su relación con el *marketing* de ciudad; el método analítico-sintético permitió llegar a conclusiones sobre las temáticas abordadas a través del estudio de diferentes autores, el inductivo-deductivo a establecer los nexos entre los diferentes elementos abordados y el enfoque sistémico fue empleado para presentar la propuesta del procedimiento como un sistema integrado de diversos componentes y pasos.

En cuanto al nivel empírico de conocimiento, en la investigación, fueron empleados principalmente los métodos de análisis documental y el criterio de expertos, así como las técnicas de: encuestas mediante cuestionarios a especialistas en temas de desarrollo urbano e identidad, la dinámica de grupo y el procesamiento computacional de los resultados a través de tablas dinámicas de Microsoft Excel. En el análisis documental, se utilizan informaciones relacionadas con los estudios sobre *marketing* de ciudad, identidad y espacios públicos patrimoniales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Actualmente los espacios públicos patrimoniales en diferentes partes del mundo presentan una serie de problemáticas que ponen en riesgo su conservación, no solo como un espacio en el universo, sino por ser lugares de simbolismos e identidad colocan en peligro la cultura de distintas sociedades. Hoy en día, los problemas económicos, políticos, sociales y culturales que afectan mundialmente han orillado a los ciudadanos a buscar refugio en los espacios de memoria que por su significado los acogen, encontrando en ellos la satisfacción a necesidades cotidianas a través de la apropiación de los mismos de una forma desordenada y que puede llevar a la desaparición a estos lugares (Cárdenas O'Byrne, 2017).

Existen diversos factores que permiten afirmar que los estudios acerca de la identidad de los espacios públicos patrimoniales en las ciudades son limitados entre los que se pueden mencionar:

- Es aún un campo reciente de investigación
- Se sustenta en un fuerte componente histórico-investigativo que requiere un profundo trabajo práctico con fuentes secundarias, que generalmente es vinculado solo con los historiadores del ámbito urbano

- Necesita tiempo y organización en la búsqueda de las informaciones necesarias para elaborar un expediente de identidad urbana y puede erróneamente, en ocasiones, considerarse un trabajo demasiado teórico que reporta pocos beneficios prácticos

A partir de la revisión bibliográfica realizada sobre procedimientos de evaluación de la identidad y su proyección en la imagen en el contexto del *marketing* urbano, así como en relación con la caracterización e identificación del patrimonio, se plantea la necesidad de generar una propuesta que tenga en cuenta esta información para el estudio de la identidad e imagen de espacios públicos patrimoniales urbanos cubanos. Con este fin, se pueden emplear técnicas sugeridas en investigaciones realizadas anteriormente (Egea Jiménez & Nieto Calmaestra, 2022; García del Villar Balón, 2018; Rodríguez Veiguela, 2016; Vega Centeno Sara Lafosse, 2017), resulta, además, necesario contar con la participación activa de los actores sociales pertinentes y trabajar con un equipo multidisciplinario, que redunde en aportes oportunos de especialistas provenientes de distintas disciplinas.

Esto llevaría consigo implementar nuevas alternativas de gestión que garanticen un determinado nivel de competitividad a la ciudad, partiendo de la revalorización de estos recursos patrimoniales para posicionar la ciudad ante sus clientes internos y externos. Para la elaboración del procedimiento para la evaluación de la identidad de los espacios públicos patrimoniales se utilizan elementos coincidentes de los autores anteriormente mencionados y que constituyen antecedentes retenidos en la propuesta.

Etapa I. Creación de un Grupo de Expertos del EPP

Esta etapa tiene como objetivo determinar el nivel organizativo del trabajo del grupo creado. Constituye el punto de partida para la identificación del Espacio Público Patrimonial con el fin de gestionar los mismos en las ciudades cubanas objeto de estudio. Para ello esta etapa se estructura en dos pasos:

Paso 1: Creación del Grupo de Expertos del Espacio Público Patrimonial

La creación de este Grupo de Expertos es indispensable por la necesidad de consolidar una instancia común de coordinación entre los diferentes espacios públicos patrimoniales.

Objetivo: definir la estructura del Grupo de Expertos.

Para el cumplimiento de este paso se proponen las siguientes tareas:

1. Establecer la estructura y organización del Grupo de Expertos del EPP: dicho grupo se encontraría conformado por un representante de la Dirección Provincial de Patrimonio, un representante de la Dirección Provincial de Ordenamiento Territorial y Urbanismo, un representante de la Oficina del Conservador, un representante de la Oficina del Historiador, un representante del Gobierno Local, un especialista de *marketing*. El espacio físico será asignado por el gobierno local; con esta tarea, se pretende organizar este grupo. Donde en el primer encuentro de los representantes se da a conocer la importancia y necesidad de la creación del Grupo de Expertos del EPP, donde el director será elegido por votación de los propios representantes. Para la elaboración e implementación del plan de trabajo u otros proyectos, sus miembros requieren tomar decisiones colectivas basadas en acuerdos comunes
2. Fijar las funciones del Grupo de Expertos del EPP: Sus funciones radican en ser una instancia para la coordinación técnica entre los diferentes espacios públicos patrimoniales, deben generar las condiciones, así como lograr visibilidad y el reconocimiento del EPP a fin de contribuir a mejorar la gestión de las ciudades a partir de la evolución de su identidad e imagen

Paso 2: Análisis de las políticas vigentes relacionadas con el Espacio Público Patrimonial

En el país existen políticas y normativas que rigen y, además, se pronuncian y establecen acciones en función de la conservación de la identidad del EPP. Además, el diagnóstico y análisis de la situación actual del entorno de la ciudad ayudan a detectar los aspectos más relevantes en función de realizar la planificación estratégica de trabajo del Grupo de Expertos del EPP.

Objetivo: Analizar las políticas y normativas que rigen el accionar del EPP para la gestión de una ciudad.

Con el fin de darle cumplimiento a este paso, se proponen las siguientes tareas:

1. Análisis de las políticas y normativas que rigen el accionar de los EPP: se realiza un análisis detallado de la constitución del país, decretos-leyes, decretos, resoluciones, convenciones y artículos que amparan la conservación y uso del EPP
2. Análisis del entorno de la ciudad: con esta tarea se lleva a cabo un análisis exhaustivo del entorno de la ciudad para la identificación de aquellos factores externos e internos que influyen en la ciudad. Esto permite tomar decisiones adecuadas y oportunas para la correcta planificación y gestión de las ciudades. Para dicho análisis, se utiliza el análisis o matriz DAFO que muestra las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la ciudad. Esto permite establecer un diagnóstico previo en función del diseño de estrategias para la gestión efectiva de la identidad del EPP

Etapas II. Selección del Espacio Público Patrimonial objeto de estudio

El objetivo de esta etapa es identificar los diferentes espacios públicos patrimoniales existentes en la ciudad objeto de estudio y clasificarlos de acuerdo con las tipologías establecidas para ellos, así como seleccionar el que será objeto de estudio. Esta etapa está compuesta por los siguientes pasos:

Paso 1: Identificar los espacios públicos patrimoniales presentes en la ciudad objeto de estudio

El objetivo de este paso es identificar los espacios públicos patrimoniales objetos de estudio, una vez realizada una evaluación de los distintos aspectos o elementos que los componen. Todo ello se debe realizar con el empleo de la revisión bibliográfica, observación directa y el criterio del grupo de expertos. Estos aspectos se deben recoger en una tabla (Fig. 1) para conocer sus características. Se considera emplear elementos tales como: la dirección donde se encuentra el espacio, el consejo popular y el estado constructivo.

Nombre	Dirección	Consejo Popular	Estado Constructivo

Fig. 1 - Aspectos a tener en cuenta para la identificación de los espacios públicos patrimoniales de la ciudad objeto de estudio

Fuente: Elaboración propia

Paso 2: Clasificar los espacios públicos patrimoniales

Objetivo: Contextualizar el EPP a partir de la descripción histórico-geográfica y, además, se clasifican los espacios públicos existentes en la ciudad objeto de estudio.

Para dar cumplimiento a este paso, se desarrollan las siguientes tareas:

1. Descripción histórica-geográfica del EPP: Con esta tarea, se obtiene información actualizada del EPP mediante la revisión bibliográfica que tiene como fuente la consulta de libros, páginas web, revistas, artículos, entre otras fuentes. Luego de obtener la información, se procede a analizar y seleccionar la información
2. Para esta clasificación, el investigador con el grupo de expertos seleccionados en la investigación a especialistas de la Oficina del Conservador de la Ciudad y consulta del Plan Maestro de la Ciudad deben clasificar cada uno de los espacios públicos, utilizando para ello una tormenta de ideas (Confeccionar tabla según figura 2).

Espacios Públicos (EP)	Calle	Plaza	Parque	Frente de Agua
EP1				
EP2				
.....				
EPn				

Fig. 2 - Clasificación de los espacios públicos patrimoniales de la ciudad objeto de estudio

Fuente: Elaboración propia

Paso 3: Seleccionar los EPP que serán objeto de estudio

En este paso, luego de identificar y clasificar los espacios públicos patrimoniales en la ciudad objeto de estudio, se seleccionan los que serán estudiados en profundidad. Para darle cumplimiento a este paso, se sugiere que, a partir de los intereses del grupo de gestores de la ciudad implicados, tenidos en cuenta en el paso anterior, de considerar las necesidades identificadas de desarrollo de la ciudad,

el posicionamiento de la misma, el plan estratégico aprobado, así como otros criterios de interés, se realice una tormenta de ideas o trabajo grupal que, tomando en cuenta, además, los resultados del diagnóstico realizado en el paso 1 para identificar los EPP, donde se considera el estado en que se encuentran los espacios, así como la presencia de diferentes atributos diferenciadores, sean seleccionados los EPP que resulten objeto de estudio con carácter prioritario.

Paso 4: Caracterizar los EPP que serán objeto de estudio

Después de haber identificado, clasificado y seleccionado los espacios públicos patrimoniales existentes en la ciudad que serán objeto de estudio, se procede a su caracterización. Para ello es necesario confeccionar una tabla (Fig. 3) donde se puedan recoger los distintos elementos que permitan hacer esta caracterización basada en: nombre, tipo de patrimonio a que pertenece, descripción (condiciones constructivas, historia que lo antecede, entre otros elementos).

Espacios Públicos Patrimoniales				
Nombre del Patrimonio	Tipo de patrimonio (Natural y Cultural)			Descripción (condiciones constructivas, historia que lo antecede, entre otros elementos).
	Patrimonio Natural	Patrimonio Cultural Tangible	Patrimonio Cultural Intangible	
P1				
P2				
.....				
Pn				

Fig. 3 - Caracterización de los espacios públicos patrimoniales objeto de estudio

Fuente: Elaboración propia

Etapas III. Análisis de la identidad del espacio público patrimonial de la ciudad objeto de estudio

El objetivo de esta etapa se evidenciará en dos momentos; en un primer momento se realizará un análisis de la identidad patrimonial a través de las distintas dimensiones de la identidad urbana y, en su segundo momento, la determinación de los atributos que servirán para evaluar la imagen del EPP objeto de estudio. La estructuración de esta etapa está determinada por los siguientes pasos:

Paso 1: Determinación de la personalidad urbana

Como objetivo de este paso, se hace necesario obtener la información acerca del desarrollo secuencial-lógico de la ciudad objeto de estudio, para así situar al investigador en una posición conocedora de las principales tendencias por las que ha cursado esta ciudad y en qué estado se encuentra en el momento de la investigación. Se utilizan para ello diferentes fuentes de información secundaria e información primaria a partir de entrevistas en profundidad. Para dar cumplimiento, es necesario utilizar los datos obtenidos en la etapa anterior.

Paso 2: Determinación del diseño urbano

Este paso tiene como objetivo identificar el diseño urbano como responsable de conformar visualmente al EPP dentro de la ciudad objeto de estudio, lo cual le brinda un carácter identificable que permite diferenciarlo de sus similares; para ello, se utilizaron varias fuentes de información primaria como entrevistas en profundidad y encuestas. Para dar cumplimiento a este paso, se realizarán las siguientes tareas:

1. Sintetizar la evolución arquitectónica y urbanista del EPP objeto de estudio
2. Identificar los componentes físicos y geográficos representativos del EPP objeto de estudio

Paso 3: Determinación de la comunicación urbana

En este paso se tiene como objetivo determinar la naturaleza y particularidad de la comunicación urbana partiendo del análisis de medios, soportes, así como del trabajo en este sentido de agencias de comunicación propias de la ciudad objeto de estudio que facilite comprender la esencia de la comunicación urbana en función del EPP. Se utilizan como fuentes de información primaria: las entrevistas en profundidad y encuestas a través de cuestionarios semiestructurados. Para

cumplimentar este paso, se deben realizar, en síntesis, las siguientes tareas en función del objetivo establecido:

1. Identificación de los medios, soportes y agencia de comunicación
2. Análisis de los objetivos comunicacionales seleccionados con el posicionamiento de la ciudad y de los EPP de medios, soportes y agencias de comunicación identificadas

Paso 4: Determinación de los atributos de identidad patrimonial susceptibles de ser convertidos en atributos de imagen del EPP

El objetivo de este paso es determinar cuáles atributos de identidad patrimonial resultan susceptibles de ser convertidos en atributos de la imagen del EPP. En este sentido, según criterios de los expertos determinados y establecidos en la etapa 1, se seleccionan entonces los atributos de identidad urbana trascendentales en su extrapolación al EPP. Las fuentes de información primaria a utilizar son las entrevistas en profundidad y dinámicas de grupo. Para cumplimentar este paso, se desarrollan las siguientes tareas:

1. Análisis de la identidad patrimonial y de los atributos que componen este constructo.
2. Selección de los atributos de identidad patrimonial críticos en la conformación de la misma, asociada al espacio público patrimonial objeto de estudio en particular.

Paso 5: Determinación de los atributos de imagen en función de la identidad del EPP y sus criterios de medición acorde al público objetivo

Este paso permite la contextualización del procedimiento a los espacios públicos patrimoniales que lo apliquen, ya que los atributos y sus criterios de medición, se ajustan a los públicos seleccionados, a partir de los establecidos en el paso anterior, en función del espacio público patrimonial objeto de análisis, así como las necesidades concretas identificadas. La fuente de información primaria a utilizar resultan las entrevistas en profundidad. Para cumplimentar este paso, se deben desarrollar las siguientes tareas:

1. Emplear dinámica de grupo con los expertos establecidos en función de determinar los atributos de imagen del EPP y definir los públicos objetivos, objeto de estudio, en este caso

2. Realizar una revisión bibliográfica sobre el tema en función de establecer los criterios de medición de los atributos de imagen que se definan para el EPP

Paso 6: Realización del diseño muestral para el público objetivo

El objetivo de este paso es establecer el diseño muestral para el público objetivo seleccionado, lo cual implica determinar cuál va a ser el universo o población de la que se ha de obtener la información, delimitar la muestra, seleccionar el método de muestreo más apropiado y establecer el tamaño muestral.

Paso 7: Evaluación de la identidad e imagen del espacio público de la ciudad objeto de estudio

Este paso tiene como objetivo evaluar la identidad e imagen del espacio público seleccionado en la ciudad objeto de estudio, según el público objetivo seleccionado. Las fuentes de información a emplear resultan las encuestas personales mediante cuestionarios estructurados. Para cumplimentar este paso, se deben desarrollar las siguientes tareas:

1. Definir el tipo de preguntas y la escala de evaluación (sugiere el empleo del método de ratio, con una escala Likert de 5 puntos)
2. Diseñar el instrumento de investigación (dos partes: a) una referida a la medición de la identidad a los públicos objetivos, y b) otra referida a la medición de la imagen a los públicos determinados anteriormente)
3. Comprobar la fiabilidad del instrumento y las escalas de medida propuestas a través de un pretest del cuestionario
4. Realizar el trabajo de campo
5. Tabular y procesar los datos
6. Análisis de los resultados obtenidos

En este caso se sugiere:

- a. Valoración de las percepciones de los públicos objetivos establecidos para cada atributo, dimensión y, en general, de la identidad, a través de la estadística descriptiva
- b. Valoración de las percepciones de los públicos objetivos establecidos para cada atributo, dimensión y, en general, de la imagen, a través de la estadística descriptiva

- c. Análisis del nivel de importancia asignada a atributos, dimensiones y, en general, a través de la estadística descriptiva
- d. Estimación de las conductas de los públicos objetivos
- e. Análisis de diferencias significativas entre las percepciones de componentes, dimensiones y atributos de la identidad del EPP y la imagen del mismo
- f. Valoración de la relación entre la imagen del EPP, la intención de visitar y la satisfacción hacia el mismo
- g. Relación entre la identidad e imagen del EPP (variables dependientes) y los componentes, dimensiones y atributos de ambos constructos (variables independientes)
- h. Evaluar las situaciones de identidad e imagen que se puedan presentar con vistas a la propuesta de estrategias y acciones

Etapas IV: Propuesta de estrategias de identidad de los espacios públicos patrimoniales

Esta etapa tiene como objetivo definir las diferentes estrategias a implementar de acuerdo con las situaciones establecidas del espacio público patrimonial seleccionado en la ciudad objeto de estudio. Por lo que se consideran como posibles alternativas de estrategias las siguientes:

1. Estrategia de indiferenciación. Consiste en ejecutar actividades para definir los elementos comunes entre los distintos espacios públicos patrimoniales y ejecutar acciones pertinentes en cada uno de ellos. Para lo cual se pueden llevar a cabo acciones en función de la creación de un programa integral para espacios públicos patrimoniales donde los gestores locales deben formular estrategias para reforzar las áreas bien evaluadas y perfeccionar las deficiencias, con el objetivo de alcanzar una gestión óptima de los recursos asociados a los espacios públicos patrimoniales. El programa debe estar vinculado a nuevos proyectos de desarrollo para la conservación y mejoramiento de los entornos públicos, considerando aspectos cívicos que en ellos se puedan desarrollar y que se integren de forma pertinente al espacio público patrimonial. Además de que se puede aspirar a insertar el espacio público patrimonial dentro del programa de eventos de la ciudad objeto de estudio.
2. La estrategia de comunicación. Es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. Esta estrategia

conlleva a la toma de acciones como, por ejemplo, promover la participación de la comunidad y la diversidad de actividades dentro y fuera del espacio público, se logra la socialización entre los distintos públicos objetivos. Además, se implementan actividades para el mantenimiento del espacio público y se crea conciencia en la población, sobre todo, para la conservación de su hábitat. De igual forma, se pueden crear espacios de intercambio con los usuarios de los espacios públicos en aras de satisfacer sus necesidades. También se puede insertar comunicación oportuna sobre los espacios públicos dentro de los programas de promoción de la ciudad.

En los estudios de evaluación de la identidad del espacio público patrimonial, existe una tendencia al empirismo, debido a que estos carecen de una aplicación pertinente en cuanto a métodos y técnicas utilizadas con rigor científico. La utilización de los mismos puede contribuir al logro de resultados favorables en la gestión de los EPP.

El procedimiento diseñado resuelve algunos de estas carencias y resulta de factible aplicación a EPP de las ciudades cubanas en general, una vez que sea contextualizado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala García, E. T. (2015). La apropiación y modos de ocupación del espacio público. El caso de la avenida 6a de la ciudad de Cúcuta. *Dearq*, (17), 74-85. <https://doi.org/10.18389/dearq17.2015.05>
- Berroeta Torres, H., & Vidal Moranta, T. (2012). La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: Fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa. *Polis. Revista Latinoamericana*, (31). <https://journals.openedition.org/polis/3612>
- Cantú Martínez, P. C. (2018). Desarrollo sustentable: Cultura, patrimonio cultural y natural en México. *Turismo y Sociedad*, 23, 25-40. <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.02>
- Cárdenas O'Byrne, S. (2017). Medir el uso del espacio público urbano seguro. *Sociedad y Economía*, (33), 33-54. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i33.5620>

Coello Gaviño, S., & López Sánchez, J. A. (2018). Las nuevas tecnologías aplicadas al patrimonio como optimizadoras de la gestión turística. *International Journal of Information Systems and Tourism*, 3(2), 19-28. <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/386>

Egea Jiménez, C., & Nieto Calmaestra, J. A. (2022). Análisis de los elementos de identidad de un espacio público. El caso del parque Juárez (Xalapa, México). *Revista EURE - Revista de Estudios Urbano Regionales*, 48(144). <https://doi.org/10.7764/EURE.48.144.03>

Fonseca Rodríguez, J. M. (2014). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 4(7). <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/222>

García del Villar Balón, R. (2018). Identidades de los paisajes urbanos: Usos y puesta en valor. En *Valores e identidad de los paisajes culturales: Instrumentos para el conocimiento y difusión de una nueva categoría patrimonial* (pp. 177-200). Universidad de Granada. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6735071>

PCC. (2017). *Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista*. UEB Gráfica. Empresa de periódicos. <http://www.granma.cu/file/pdf/gaceta/%C3%BAltimo%20PDF%2032.pdf>

Rodríguez Veiguela, Y. (2016). *Determinación del posicionamiento deseado en ciudades cubanas: Caso ciudad de Matanzas* [Doctorado en Ciencias Económicas, Universidad de Matanzas]. [http://cict.umcc.cu/repositorio/tesis/Tesis%20de%20Doctorado/Ciencias%20Econ%C3%B3micas/2016/DETERMINACI%C3%93N%20DEL%20POSICIONAMIENTO%20DESEADO%20EN%20CIUDADES%20CUBANAS%20CASO%20CIUDAD%20DE%20MATANZAS.\(YANLIS%20RODR%C3%8DGUEZ%20VEIGUELA\).pdf](http://cict.umcc.cu/repositorio/tesis/Tesis%20de%20Doctorado/Ciencias%20Econ%C3%B3micas/2016/DETERMINACI%C3%93N%20DEL%20POSICIONAMIENTO%20DESEADO%20EN%20CIUDADES%20CUBANAS%20CASO%20CIUDAD%20DE%20MATANZAS.(YANLIS%20RODR%C3%8DGUEZ%20VEIGUELA).pdf)

Salim Cerqueira, M. C. (2021). Las contradicciones del patrimonio cultural y natural en la lucha por el territorio de los recogedores de flores siemprevivas. *Revista NERA*, 24(56), 72-92. <https://doi.org/10.47946/rnera.v0i56.7147>

Vega Centeno Sara Lafosse, P. (2017). La desigualdad invisible: El uso cotidiano de los espacios públicos en la Lima del siglo XXI. *Territorios*, (36), 23-46.

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5097>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Todos los autores revisaron la redacción del manuscrito y aprueban la versión finalmente remitida.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional Copyright (c) Arlett Medina Rodríguez; Leysi Iliana Blanco Ramiz; Jency Tanda Díaz; Roberto Carmelo Pons García; Yanlis Rodríguez Veiguela