

CRÉER ET PARTAGER EN TEMPS DE COVID-19 : STRATÉGIE DE GESTION DU PATRIMOINE DANS LE CENTRE HISTORIQUE DE LA VIEILLE HAVANE



Programa Cultural

AGENDA 2030 - ODD



CULTURE 21 : ACTIONS - ENGAGEMENTS

1. DROITS CULTURELS
2. PATRIMOINE, DIVERSITÉ ET CRÉATIVITÉ
3. CULTURE, INFORMATION ET CONNAISSANCE

INNOVATION, PATRIMOINE, ACCÈS, NUMÉRIQUE,
COVID, DROITS CULTURELS, CRISE

1. La Havane et la culture

La Havane est la capitale de Cuba et la ville la plus grande du pays avec 2,13 millions d'habitant·e·s, ainsi que le principal port du pays, son centre économique et culturel et son principal pôle touristique. Le centre historique de la Vieille Havane a été déclaré Site du patrimoine mondial par l'Unesco en 1982 avec son système de fortifications. Selon le dernier Recensement de la Population et de l'Habitat de 2012, 55 488 personnes vivent dans le Centre Historique, avec une densité de 259 hab/ha. La *Oficina del Historiador* de la Ville de La Havane (OHCH) est l'institution qui régit les travaux de protection, de restauration et de conservation du patrimoine historique et culturel de ce secteur.

En avril 2020, les premiers effets de la crise sanitaire causée par la COVID-19 ont commencé à se faire sentir à Cuba et, devant la fermeture imminente des institutions culturelles en raison des mesures de confinement, les professionnel·le·s du secteur ont dû repenser de nouvelles façons de rejoindre le public, entre autres par une réorientation et un renforcement du potentiel des plateformes numériques et des réseaux sociaux, jusqu'alors essentiellement utilisées à des fins promotionnelles. Cette situation a donné lieu à la création d'un projet innovateur de communication et d'interprétation du patrimoine en ligne, à l'aide de différents réseaux sociaux et sites Web. Ce projet s'est déroulé dans un contexte national et institutionnel en proie à de nombreuses limitations technologiques et d'accès à Internet.

DEVANT LA FERMETURE DES INSTITUTIONS CULTURELLES EN RAISON DE LA PANDÉMIE, LES PROFESSIONNEL·LE·S DU SECTEUR ONT DÛ REPENSER DE NOUVELLES FAÇONS DE REJOINDRE LE PUBLIC.

2. Objectifs et mise en œuvre du projet

2.1. Objectifs principaux et spécifiques

Le projet cherchait à créer un réseau de communication numérique sur l'interprétation du patrimoine historique culturel du Centre historique de la Vieille Havane.

2.2. Développement du projet

Les principales actions suivantes ont été menées :

- Préparation de lignes directrices pour la gestion des réseaux sociaux et des lignes directrices générales pour le développement de chacune des campagnes.
- Formation des administrateur·trice·s et des gestionnaires de contenu pour les réseaux sociaux.
- Développement de différentes campagnes en ligne sur différentes plateformes, avec, entre autres : des challenges, des ateliers de création, des parcours thématiques, des concours, et des expositions.
- Mise en place de services spécialisés, comme par exemple le Conseil pour les adolescents, les groupes WhatsApp pour les personnes malentendantes, et les groupes de partage avec les enfants, adolescent·e·s et jeunes en situation de handicap mental et leurs familles.
- Développement d'un Parcours virtuel sur les femmes dans l'art, la pensée et l'histoire.
- Campagne de sensibilisation sur le patrimoine naturel et l'action environnementale dans le centre historique.

Le projet a obtenu les résultats suivants :

- De nouveaux canaux de communication interinstitutionnels ont été créés, ainsi que plusieurs plateformes numériques et un réseau de 46 pages Facebook de musées, centres culturels, bibliothèques et bureaux de recherche ; 9 groupes WhatsApp ont également été créés pour favoriser l'orientation et l'attention aux familles, aux personnes âgées et malentendantes, et aux personnes ayant un handicap mental, rejoignant plus de 400 personnes.
- 50 administrateur-trice-s de pages Web et gestionnaires de contenu de 30 institutions de la direction du Patrimoine culturel ont été formé-e-s.
- Ont eu lieu : deux éditions du défi virtuel « Découverte du patrimoine » ; deux éditions virtuelles du projet « Parcours et chemins à découvrir en famille » ; le parcours virtuel sur les Femmes dans l'art, la pensée et l'histoire ; le « Parcours vert » à travers un jardin avec 6 itinéraires différents sur les arbres, les plantes, la faune, le jardin des papillons et l'histoire de la Quinta de los Molinos, le centre de préservation de l'environnement de la *Oficina del Historiador* ; une édition virtuelle du Festival du livre jeunesse ; 17 ateliers avec des adolescent-e-s ; deux éditions virtuelles de la Journée des personnes âgées ; 35 ateliers virtuels pour personnes en situation de handicap. Au total, entre les différentes campagnes, 92 ateliers ont été réalisés via des tutoriels WhatsApp, Facebook et Telegram, comptant avec la participation de 1 073 personnes, ainsi que 33 expositions virtuelles, principalement via Facebook et l'une d'entre elles via une plateforme spécialisée.



LE PROJET A TRANSFORMÉ LES MODES DE GESTION DU PATRIMOINE CULTUREL PAR LA MISE EN PLACE DE PLUSIEURS PLATEFORMES NUMÉRIQUES, LE TRAVAIL EN RÉSEAU ET LA FORMATION DES ACTEURS CULTURELS.

3. Impacts

3.1. Impacts directs

Le projet a transformé la façon de gérer le patrimoine culturel à travers la mise en place de plusieurs plateformes numériques, le travail en réseau et la formation des acteurs culturels. Les campagnes ont stimulé la participation de divers publics. Les ateliers étaient généralement gratuits et n'avaient pas de frais d'inscription, sauf dans certains cas, notamment le service Internet pour les enfants et les adolescent-e-s qui était payant.



3.2. Évaluation

Un système de suivi et d'analyse des pages Facebook a été conçu, avec 6 grandes catégories concernant le fonctionnement général, le niveau d'activité, les principaux contenus, les ressources d'information, le type d'interaction et le profil des personnes qui interagissent.

3.3. Facteurs clefs

Les facteurs clefs de succès sont liés aux forces de la *Oficina del Historiador* en tant qu'institution, ainsi qu'au fait de disposer d'instruments méthodologiques et de canaux de communication efficaces qui ont permis d'articuler et de soutenir un projet de cette nature. De même, la préparation, l'engagement et les capacités créatives du personnel, ainsi que leur expérience dans la gestion de la culture et du patrimoine, ont facilité le développement des activités.



**LE PROJET VEUT CONTINUER À ÉLARGIR L'ACCÈS À LA CULTURE ET
OFFRIR DES ALTERNATIVES DE PARTICIPATION POUR CELLES ET CEUX
QUI NE PEUVENT PAS PROFITER DU PROJET EN PRÉSENTIEL.**

3.4. Continuité

Après le retour de la vie culturelle en présentiel, le projet veut continuer à élargir l'accès à la culture et à offrir des alternatives de participation à celles et ceux qui ne peuvent pas profiter du projet en présentiel, ainsi qu'à continuer à conquérir de nouveaux publics potentiels. La mise en réseau se poursuit et les capacités technologiques et le personnel des musées et des centres culturels sont renforcés. Un accord a été conclu avec la Société Cubaine des Technologies de l'Information et des Médias Audiovisuels (Cinesoft) pour créer des visites virtuelles des musées. Des travaux sont en cours pour la mise à jour du portail Web <http://habanacultural.ohc.cu/> qui, entre autres, comprendra des liens vers les réseaux sociaux. Par ailleurs, des modalités de réservations et de paiements en ligne sont également créées.

4. Plus d'informations

La Havane a été candidate à la cinquième édition du « Prix International CGLU – Ville de Mexico – Culture 21 » (février 2022 - juin 2022). En septembre 2022, le jury a publié son rapport final et demandé à la Commission Culture de CGLU de promouvoir ce projet comme exemple de bonne pratique de la mise en œuvre de l'Agenda 21 de la Culture.

Cette fiche a été réalisée par Katia Cárdenas Jiménez, directrice de la Gestion culturelle de la Oficina del Historiador de la Ville de La Havane, La Havane, Cuba.

Contact : [katiacj72 \(at\) gmail.com](mailto:katiacj72(at)gmail.com)

Site web : www.lahabana.gob.cu