



ALEXANDRO ESCUDERO NAHÓN  
DIANA ELISA GONZÁLEZ CALDERÓN  
(Editores)

---

# ESCENARIOS Y DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA EN EL ESPACIO AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO

## CAPÍTULO 9

# EL PATRIMONIO CULTURAL Y LA COMUNICACIÓN, UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO HUMANO

MARÍA CRISTINA DÍAZ VELÁSQUEZ

### 1. Introducción

Cuando pensamos en el patrimonio, nos remitimos a un complejo sistema de valores aprehendidos y heredados, a las verdades que conocemos sobre lo nuestro, sobre lo propio. Ello ha sido posible porque pertenecemos a un lugar, a un relato común, hemos trasegado con otros, por caminos similares, y consideramos significativo para nuestra realidad un entorno, un relato, una experiencia.

Hablaremos entonces del patrimonio como una experiencia a la cual nos acercamos por múltiples razones, pero especialmente por la posibilidad que nos ofrece la interacción con los bienes o testimonios patrimoniales, sean estos materiales, intangibles o naturales. Ese acercamiento sucede a partir de una relación empática con el mundo, con aquello que tiene valor para nosotros y nos identifica.

Cabe señalar que la forma como accedemos a los bienes o testimonios de orden patrimonial son disímiles y tienen directa relación con las maneras

diferentes como nos acercamos al capital cultural. En ese sentido, la relación con el patrimonio cultural devela una jerarquía de capitales culturales, marcada por las tensiones entre lo que es oficialmente valioso, que cuenta con un reconocimiento y por tanto es conservado; y aquello que se expresa de manera cotidiana, en las necesidades cambiantes de las sociedades y del hombre, que es mutable y tiene que ver con la pluralidad de la vida, por esa razón está más relacionado con lo emergente, lo territorial y lo alternativo.

Los bienes patrimoniales no son estables, son cambiantes, un día pueden ser utensilios cotidianos y con el paso del tiempo, se convierten en el testimonio de una manera de vivir del hombre y su relación con el mundo. Es desde la noción plural del patrimonio donde los procesos comunicativos hacen sus aportes, propiciando su difusión, su apropiación social y aportando a su preservación. En este texto se plantea una reflexión sobre ese papel de la comunicación como eje mediador, como dispositivo y como generadora de contenidos al concentrarse más en el sujeto que en el objeto, como centro de su gestión.

## **2. Patrimonio cultural y los procesos de patrimonialización**

Desde los aportes de los estudios culturales, el patrimonio cultural ha sido visto como constructor de ciudadanía, teniendo en cuenta la acumulación de capital simbólico, gracias a la carga ontológica que trae consigo y que tiene la capacidad de generar y proporcionar algunos beneficios para las sociedades, pues contribuye a la generación de imaginarios comunes sobre un desarrollo compartido (Bourdieu, 1994).

Tal vez por ello, existe una tendencia de los últimos años hacia la patrimonialización de la cultura, debido al esfuerzo que, desde las políticas públicas y las recomendaciones de los gobiernos nacionales u organismos multilaterales, promueven la singularidad del valor agregado de los productos y servicios culturales, vistos como esos activos intangibles que promueven una economía basada en el conocimiento y la autenticidad.

A pesar de ello, el concepto de patrimonio visto dentro de los imaginarios que generó la posmodernidad y que trajo consigo procesos de significación y valoración social, amplió la mirada, que ya no se hace desde el lugar privilegiado y hegemónico del poder, sino por el contrario y principalmente desde la pluralidad de actores que se movilizan desde la diversidad y la heterogeneidad de sus realidades inmediatas, desde la proliferación de los patrimonios locales que abordan de modo explícito la identidad, el territorio y la cotidianidad de sus relaciones presentes y futuras.

Antonio Ariño Villarroya sostiene que el actual proceso de patrimonialización se enfrenta a varias paradojas: 1) la paradoja ontológica (sobre la extensión del patrimonio a todos los ámbitos del ser), 2) la metodológica (sobre el proceso de reconocimiento de los patrimonios), 3) la pragmática (sobre los usos y sujetos del patrimonio) y 4) la ecológica (sobre la sostenibilidad de los patrimonios), y que se podrían concluir como postulados que procuran reforzar el carácter público de los bienes, pero que instrumentalizan e imponen. Ariño Villarroya sostiene:

*(...) la sabiduría práctica de un tiempo plagado de incertidumbres y riesgos, de rumbo ingobernado y tal vez ingobernable. Pero no es menos cierto que, de otro lado, el patrimonio trata de suturar las rupturas entre pasado y presente imponiendo un único marco interpretativo (la celebración de la identidad y su continuidad temporal). Sin embargo, el pasado en su extraña e irreversible existencia no puede dejar de ser un manantial irreductible de sobrecogimiento. Adorno y Horkheimer en Dialéctica de la Ilustración postularon que no era tan importante conservar el pasado cuanto realizar sus esperanzas frustradas; el historiador E. P. Thompson proponía en Costumbres en común la necesidad de abandonar toda nostalgia porque “jamás volveremos a la naturaleza humana precapitalista”, pero, consideraba que un recordatorio de sus necesidades, expectativas y códigos, podría “renovar nuestro sentido de la serie de posibilidades de nuestra naturaleza”. Y Antonin Artaud sostenía que “no es tan importante defender una cultura cuya existencia jamás ha evitado que un hombre sintiera hambre, como obtener de la así llamada cultura de las ideas con una fuerza idéntica a la del hambre.*

Verdaderamente hay muchos pasados; al menos, tantos como presentes. Qué patrimonio restauramos, no es una cuestión políticamente neutra. Propongo que restauremos aquel que reúna una doble condición: mejorar las condiciones de vida de las personas más frágiles en el tiempo presente, levantar su dignidad y reforzar su calidad de vida; y por otra parte, un patrimonio que permita mirar el pasado sin cultivar la complacencia y la satisfacción, invitando al asombro, al sobrecogimiento, provocando inquietud y conmoción. Ese, según creo, es un patrimonio no de poseedores y sedentarios, sino de desposeídos y nómadas.

Si en efecto se habla de hacer un esfuerzo por integrar la cultura al desarrollo integral del ser humano, y si retomamos a Ariño Villarroya, es necesario hablar del concepto de valor. Con ello nos referiremos a la identidad, la diversidad y la innovación como componentes intrínsecos de este concepto, más allá de lo que significan los valores estéticos. Estos componentes están relacionados con aspectos antropológicos (modos de comportamiento, expresividades, rutinas, entre otros), que tiene directa relación con los valores simbólicos ligados a las comunidades y a los pueblos.

En este amplio panorama sobre las nociones que contribuyen a generar valor dentro del patrimonio cultural, está latente el debate sobre lo que implica la conversión de formas culturales en mercancías, las cuales se centran en el valor económico del patrimonio. Al respecto Mauricio Montenegro (2003) refiriéndose a las políticas económicas y políticas culturales en Colombia, afirma que este proceso conduce necesariamente a una inserción en las formas de economía formal que implican inevitablemente entrar en el modelo del emprendimiento cultural:

*(...) El discurso del emprendimiento cultural, ampliamente aceptado y patrocinado desde las entidades estatales, el sector empresarial y las organizaciones multilaterales, se ha sincronizado con la ampliación de diversas formas de propiedad cultural, incluyendo las sanciones patrimoniales. La tendencia a establecer el emprendimiento como el modelo productivo y laboral de las industrias culturales hace parte de un proyecto neoliberal, interesado en reducir el volumen institucional de los modos de volumen institucional de los modos de producción, tercerizar los servicios y desregular las filiaciones laborales.*

Varios autores han señalado que el discurso del emprendimiento ha florecido en el neoliberalismo como parte de un proyecto político que descarga todas las responsabilidades sobre el individuo o sus bases sociales inmediatas (Armstrong, 2005 y Puello-Socarrás, 2008).

La tendencia global que recoge las recomendaciones de las convenciones de la Unesco, en especial la de protección del patrimonio inmaterial de 2003, en el caso colombiano, ha implicado poner en marcha una serie de normativas que promueven la valoración y salvaguardia de expresiones, saberes y bienes populares y étnicos definidos como de naturaleza inmaterial. El Ministerio de Cultura de Colombia a través de la ley 1185 de 2008, el decreto 2941 de 2009 y la resolución 0330, en particular, reglamentan los procesos de inventario, registro, gestión y preservación, extendiendo valores y métodos museológicos a los conocimientos, las prácticas, los artefactos, los mundos sociales y los espacios de grupos y sociedades.

En esa lógica, gobiernos locales de los territorios más vanguardistas en el tema, estimulados por el Ministerio de Cultura, han propiciado armonizar los planes de ordenamiento territorial con la salvaguardia de los patrimonios urbanos y arqueológicos. Esta iniciativa ha sido estimulada en algunos casos, por oportunidades las económicas que representan la declaración patrimonial de las manifestaciones. En particular un ejemplo de ello fue la declaratoria del Carnaval de Negros y Blancos que se realiza en el municipio de Pasto departamento de Nariño, en el suroccidente colombiano. El Carnaval es una fiesta de comunión que tiene su origen en la fusión de múltiples culturas y expresiones, correspondientes a los Andes, la Amazonia y la cultura del Pacífico. Coincide con la celebración de la Luna (Quilla), que guarda reminiscencia con los rituales efectuados por los Pastos y Quisquillas, culturas indígenas ancestrales y agrarias que, en época de cosecha, honraban con danzas a la luna, y hacían ofrendas al sol, para amparar sus cultivos. Simultáneamente en víspera del Día de Reyes, en épocas de la Colonia, se realizaba el 'juego de negritos', principalmente entre blancos y mestizos, debido a la escasa presencia de población negra en Pasto.

En el Carnaval se expresan la libertad, el juego, el arte, la creatividad, la alegría y el amor fraterno del pueblo, para el cual la comunidad se prepara durante

todo el año diseñando y produciendo carrozas monumentales que expresan la cultura y narrativas locales, con sus diseños, recrean mitos y leyendas de la región, celebran personajes e hitos de la historia local y nacional. Alrededor de esta celebración se tejen dinámicas artesanales, intervienen creadores, artistas, comparsas, colectivos coreográficos.

**Figura 1. Carnaval.**



*Autoría: Mauricio Dueñas.*

En el contexto de esta realidad como esta, es que surge la reflexión sobre cómo la dinámica del mercado - consumo impacta la gestión cultural y la misma salvaguarda de la manifestación.

En un principio, si bien la propuesta es fortalecer la valoración de la manifestación patrimonial, los actores involucrados puján por copar nuevas posiciones estratégicas en el mercado, y como lo afirman los autores que han estudiado el fenómeno, (Chaves, Montenegro, Zambrano. Vol. 46, 2010), se da una disputa económica, política y simbólica entre agentes privados, estatales y los grupos sociales involucrados.

**Figura 2. Desfile de comparsas.**



*Autoría: Wikimedia Commons.*

Los procesos de patrimonialización traen consigo los discursos de emprendimiento cultural del patrimonio y generan pugnas por la distribución de los derechos de uso y comercialización, sobre la propiedad, la circulación y la distribución de los bienes y saberes patrimonializados.

Así las cosas, sin poder escapar de la lógica neoliberal que atraviesa inclusive al patrimonio, nos atrevemos a plantear el papel de la comunicación y sus diversas formas de interlocución y la generación de contenidos como potenciador de las necesidades de bienestar y utilidad de sus usuarios, gracias a la generación colectiva de conocimiento e innovación, con beneficio mutuo.

### **3. Los usos sociales del patrimonio cultural y el papel disruptivo de la comunicación**

La conceptualización sobre patrimonio cultural ha tenido importantes desarrollos en las últimas décadas, ligado a la conceptualización sobre la cultura. Con ello van de la mano diversas elaboraciones oficiales desde organismos como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, hasta las adoptadas por las comunidades en los diversos territorios

de orden local. Sabemos que la cultura va más allá de la estrecha visión individual de la actividad artística y creativa, que se aproxima a explicar los aspectos simbólicos y estéticos del mundo; que la cultura es una condición básica de la humanidad, que permite generar mecanismos de comunicación y representación, que aseguran e identifican la permanencia de una sociedad (Caraballo Perichi, 2011).

La relación inocultable entre la diversidad cultural y los bienes patrimoniales ha sido una realidad que ha planteado retos importantes para el ecosistema del patrimonio cultural, pues ha implicado tanto para investigadores, gestores culturales, como para instituciones y públicos; que se pregunten acerca de qué se valora, qué se conserva, qué resulta significativo para las sociedades y cómo se abren espacios para su disfrute. Es ahí donde los procesos comunicativos, de intermediación e interacción, han tomado el pulso a las dinámicas del patrimonio, a la vez que promueven disrupciones sobre las miradas tradicionales del mismo, entendiendo el término disruptivo, como aquello que genera cambios importantes o innovadores en las formas de pensamiento crítico.

Así, las nociones sobre patrimonio han cambiado y ampliado la condición patrimonial de los bienes de uso cotidianos, por los de las culturas populares y tradicionales. En el marco de la XXXII Reunión de la Conferencia General de la UNESCO, llevada a cabo en el año 2003, se adoptó la Convención para la Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, suscrita por Colombia y posteriormente ratificada a través de la ley 1037 del 2006. De acuerdo con la Convención, el patrimonio cultural inmaterial está definido como:

*Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad*

*y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (p.17).*

Previo a todo este ejercicio normativo internacional, el antropólogo Nestor García Canclini (1999) señalaba que existía una “inadecuada ubicación del patrimonio en el marco de las relaciones sociales que efectivamente lo condicionaban” y, según su hipótesis, era imprescindible rediscutir cinco cuestiones ligadas al patrimonio. Ellas eran: la desigualdad de la apropiación social del patrimonio, sus usos, la preservación patrimonial, el rol de las industrias culturales y los criterios estéticos y filosóficos asociados.

A partir de estas cuestiones que nos señala García Canclini, habría lugar a por lo menos tres tendencias de patrimonialización, en las que la comunicación se ve como un eje que transversaliza el debate. Una primera le apostaría por reivindicar los valores intrínsecos y sustanciales a los bienes patrimoniales, con una mirada eurocéntrica, marcada por el criterio científico promulgado por los expertos encargados de verificar si se cumple el principal requisito: el del “valor universal y excepcional” o el tan discutido criterio de autenticidad.

La dimensión comunicativa de esta primera cuestión, ha intentado revertir la postura sobre el valor universal, poniendo en diálogo y reconociendo las contradicciones que ciertas opiniones expertas tienen sobre los valores sagrados o espirituales de diferentes sitios (Langford, 1983; Larsen, 1995). El papel de la dimensión comunicativa ha sido develar las retóricas del patrimonio y la forma como se erigen discursos muchas veces hegemónicos acerca de la historia, la cultura, la identidad y con ello las consecuentes políticas públicas de preservación. Si bien estos procesos van muy ligados a los ejercicios institucionales, han logrado poner en discusión la versión unívoca de aquello que era patrimonio per se.

Existiría una segunda tendencia que privilegiaría el valor económico del proceso patrimonial, a partir de la significancia, relevancia y autenticidad que representa y simboliza para un pueblo, un bien o testimonio. Esta tendencia se ha promovido en especial, en el marco de las políticas del turismo patrimonial, con

la motivación primordial de invitar a la inmersión, disfrute del patrimonio en un territorio (Prats, 1997), para el goce no solo de monumentos y sitios patrimoniales, sino de expresiones, manifestaciones y tradiciones vivas heredadas de los antepasados. Ejemplo de ello es el turismo gastronómico, que busca dar a conocer las costumbres culinarias de una comunidad. El usufructo turístico de estos bienes patrimoniales lleva a que las comunidades implicadas sufran un proceso dinámico lleno de tensiones. Acá la comunicación alternativa, no oficial, no institucional, ha estado al servicio la resistencia y la resignificación constantemente de los procesos identitarios, al surgir desde las mismas comunidades dueñas de las manifestaciones.

Este tipo de procesos de patrimonialización, ligados por ejemplo a promover el turismo, podría traer beneficios económicos para la población de los territorios implicados, garantizando la herencia y legado para las futuras generaciones o, en el peor de los casos, abriendo las compuertas para la pérdida o modificación de los valores propios del bien y devenir en una experiencia limitada al consumo turístico y mercantil.

Ejemplo de la resistencia de comunidades en asocio con las instituciones, han sido algunos Planes de Gestión y Participación Comunitaria del Patrimonio. Se trata de iniciativas que han activado las demandas agenciadas directamente de las comunidades implicadas, que procuran armonizar el reconocimiento de los valores patrimoniales con el desarrollo local. Un ejemplo interesante de este proceso fue el surgido por las comunidades del Eje Cafetero colombiano en el proceso de promulgación como patrimonio inmaterial del Paisaje Cultural Cafetero, proceso que involucró las formas de organización tradicional de los caficultores y las redes de trabajo colectivo. En esta experiencia se identificó el buen estado de conservación de las viviendas y poblaciones, debido en gran medida al grado de apropiación de los habitantes de estos territorios, de su cultura. Las formas tradicionales de comunicación como la red de vías de conexión regional, los mecanismos de acción colectiva para superar problemáticas comunes, los sitios de encuentro como las fondas camineras de la zona rural y los cafés en la zona urbana. El resultado fue el diseño de un Plan de Manejo del Paisaje Cultural Cafetero que tiene como

principios el bienestar económico y social de todos sus habitantes, la apropiación social del patrimonio cultural y la sostenibilidad ambiental que constituye la herramienta más importante la preservación sostenible del Paisaje.

Hoy vemos cómo existen organizaciones comunitarias que agencian sus propios procesos productivos, ofreciendo turismo sostenible y, sobre todo, la experiencia de vivir la vida cafetera en el territorio.

**Figura 3. Paisaje cultural cafetalero.**



*Autoría: Gabriel Jaime Giraldo.*

Una tercera tendencia, más monumentalista, es aquella en la que prevalece la capacidad simbólica de legitimación y de cohesión de símbolos nacionales y donde la comunicación oficial e institucional ha hecho lo propio al servicio del poder, estructurando los discursos hegemónicos. Esta visión se concentra en definir los valores permanentes e inalienables de los bienes, sin considerar la noción de patrimonio como constructor social, donde la significancia cultural de los bienes, sin propiedades intrínsecas, propone otra serie de cualidades que van más allá de las propiedades inherentes al objeto. Estas propiedades y valores asignados

son propios de grupos sociales y nos fija o nos determina la idea de patrimonio en conflicto, un lugar donde existen disputas simbólicas, disputas por dominar el significado y los beneficios del uso de ese patrimonio, así como disputas de la discontinuidad entre pasado y presente.

#### **4. Primera ruptura: La comunicación aporta a una noción del Patrimonio como construcción social**

Si bien los procesos de evolución social que se resignifican de manera constante, a pesar de los veinte años de la publicación del libro de García Canclini, la discusión sobre qué preservar, sigue vigente. Además de los procesos de valoración que privilegian los valores intrínsecos y económicos, existiría una tendencia ligada a entender necesidades sociales, gracias a la participación democrática de los interesados.

Así pues, si consideramos al patrimonio como un corpus en mutación en donde los procesos de comunicación son los que han contribuido a romper lo que García Canclini denomina, la ‘complicidad social’, que diluye las particularidades y los conflictos que se encuentran imbricados en los procesos sociales, identificados con los patrimonios culturales, dentro de una escala de valores dada por instancias hegemónicas, dando paso a las periféricas.

Es en este sentido, las acciones comunicativas, de investigación, conservación, y difusión orientadas a la búsqueda de verosimilitud histórica y no de autenticidad, contribuyen a dinamizar otra serie de valores comunitarios y locales que marcan diferencias y que no son universales, pues están más ligados a los componentes territoriales, a diferencia de una noción de universalidad que destaca la existencia de un valor sobresaliente que trasciende las fronteras sin considerar las particularidades.

Estos cuestionamientos implican la visualización de todos los actores sociales, nuevos territorios, nuevas relaciones.

Un ejemplo de ello es la experiencia del Laboratorio de Innovación Comunitaria MINGALAB del Pacífico Colombiano, creado por la Fundación Manos Visibles, donde confluyen 15 organizaciones de Buenaventura, Cali, Quibdó, Medellín y Tumaco a través de una plataforma de colaboración-acción colectiva y aprendizaje estratégico.

A este laboratorio pertenece la Organización Corporación Yanci que está cambiando las narrativas con respecto a lo que significa ser afro. El cine, la comunicación y la escritura son ejes fundamentales en la Corporación Yanci para llevar lo mejor del talento local al mundo (Corporación Yanci, 2017). Como este, cientos de colectivos locales, hacen evidentes las formas los relatos desde lo audiovisual, generando nuevas narrativas sobre lo propio.

En estas experiencias comunicativas, la diversidad cultural ha encontrado su propio lenguaje. La comunicación es el vehículo de expresión estética y de construcción de memoria que permite la reafirmación de las identidades y el intercambio social. Partiendo de los principios de descentralización y multiculturalidad, los procesos comunicativos reconocen la pertinencia de ampliar la participación en la construcción colectiva de una geografía patrimonial, desde las múltiples visiones regionales y los diferentes grupos y poblacionales. Esta dinámica de ampliación y descentralización de la condición patrimonial, ha permitido además generar otras formas de sostenibilidad más allá de las exclusivamente económicas, gracias a la conformación de nuevas plataformas y contenidos comunicativos que han logrado conformar públicos propios, y organizaciones que desde la comunicación se preguntan por ¿qué es valioso en términos patrimoniales?, ¿cómo se conserva y para qué es importante conservarlo?

Las cuestiones comunicativas se centran entonces en develar nuevos significados de lo patrimonial, producir contenidos que lo resignifiquen, circulados, apropiarlos e impugnados. Ello sumado al enfoque sociológico propuesto por Bourdieu acerca de las luchas donde se producen los sentidos (2005), nos permite identificar la actividad comunicacional, las organizaciones sociales, las instituciones, los procesos de apropiación tecnológica y los contenidos producidos, las convergencias y divergencias entre éstos, para poner en diálogo y debate, las diversas perspectivas

halladas, así como comprender las expectativas, intereses y sensibilidades de las organizaciones respecto a la producción de comunicativa con enfoque patrimonial.

Algunos ejemplos claros de esto son, por mencionar solo tres asociados a medios étnicos conformados para fortalecer las narrativas afrodescendientes son, Afropress, una agencia de noticias online, que trata especialmente temas de interés sobre las minorías populares de Brasil, está comprometida con un periodismo crítico e independiente de partidos y de gobiernos, es la única fuente de noticias con enfoque diferencial, que busca romper con las relaciones económicas, política y sociales hegemónicas. Cuenta con colaboradores y corresponsales en Brasil, Londres y Nueva York. Ofrece información de calidad gracias a que participan investigadores, educadores, activistas sociales interesados en las cuestiones étnico-raciales. Ha logrado establecer diálogos con periodistas de medios tradicionales para ir rompiendo la invisibilidad que los grandes medios (Afropress, 2017). El otro ejemplo son las Blogueras Negras en Brasil, Sitio colaborativo, coordinado y producido por un equipo editorial, que se ocupa de la selección de textos, generación de contenidos del sitio, editar y coordinar el material proveniente de distintos colectivos o personas, con enfoque feminista y étnico (Blogeras Negras de Brasil, 2017). Finalmente está, Oka-yAFrica, una plataforma que se concentra en el circuito principal (mainstream) de artistas, escritores, cineastas, diseñadores de moda, músicos, los creadores culturales y líderes de pensamiento, progresistas, emergentes, que contribuye a llenar el vacío existente en las representaciones de África con contenidos alternativos producidos y realizados por comunidades afrodescendientes (Afropress, 2017b).

Se entiende entonces que la Comunicación también es un campo en disputa, donde existen multiplicidad de formas de apropiación de las tecnologías de comunicación. Y así como Raymond Williams y Jesús Martín-Barbero, entendemos que ni el análisis de la tecnología ni el análisis de la comunicación pueden hacerse al margen del análisis de la cultura. Hacerlo sería incurrir en anacronismos y asimetrías entre las tecnologías de una sociedad y los procesos históricos, culturales y sociales que hicieron posible su surgimiento, su desarrollo y sus mismas formas de uso. La tecnología y la comunicación son, por definición, fenómenos sociales, esto es, histórica y culturalmente determinados en la relación de los unos y los

otros. Por ser sociales, entonces, exigen que se mire el uso de la tecnología en el contexto de la cultura que la produce o la apropia.

## **5. Segunda ruptura: La comunicación aporta a la comprensión sobre la condición pública del Patrimonio**

Hemos visto como los procesos comunicativos son un activo en la ruta crítica de la construcción social del patrimonio y gracias a ello es posible recomponer la construcción de los valores unívocos del patrimonio, hacia versiones más plurales, comunitarias y periféricas.

La reivindicación de los derechos culturales, promovidos por procesos civilizadores, ha dado lugar a que los ciudadanos accedan de maneras diversas al patrimonio cultural, a la vez que se han extendido los derechos y deberes sociales relacionados con la conservación del patrimonio, dinamizando las corresponsabilidades y copropiedades de los bienes tangibles e intangibles de la sociedad. Y es en este aspecto donde se identifica la segunda ruptura de una mirada tradicional sobre el patrimonio y sus responsables: no existe una relación unívoca del patrimonio, por parte del Estado, o sus propietarios. El patrimonio es de todos.

Se pasa entonces de la certidumbre objetiva, a la duda colectiva (Caraballo, 2011). La comprensión de ese proceso integral de la vida del bien o testimonio patrimonial y la aplicación creativa de nuevas metodologías de actuación y de gestión, agenciadas por la comunicación.

Es así como puesto en crisis los valores unívocos y occidentales alrededor de la idea de patrimonio histórico, se amplía la visión y se ratifica que los procesos de valoración y conservación del patrimonio no existen por fuera de las relaciones sociales, la significación de los fenómenos naturales y sociales, se dan para la existencia y desarrollo de la comunidad.

La reivindicación de los derechos culturales en el ámbito patrimonial, denota la necesidad de generar acuerdos entre los diversos implicados y resolver

cuestiones fundamentales como: ¿Qué representa el patrimonio? o ¿qué está socialmente y visiblemente integrado con él?, Es ahí cuando vemos el papel predominante que juegan los grupos sociales y la comunicación con el reconocimiento de los diferentes valores de acuerdo a los procesos humanos, que involucran múltiples aspectos: religiosos, educativos, familiares, entre otros.

Las preguntas centrales sobre las cuales se mueven los procesos comunicativos en torno a la valoración implica una compleja trama de relaciones afectivas y condiciones intelectuales en donde predomina el fenómeno de la elección: ¿cómo un grupo social toma una posición ante una herencia recibida?, ¿cómo un proceso de racionalización se compromete con el desarrollo de un discurso colectivo que va más allá de la valoración oficial o institucional? ¿cómo se definen los mecanismos para tomar posiciones, cómo se da la atribución de valores en un escenario de múltiples sujetos sociales relacionados con una herencia común?

El paso de la comunicación análoga a la comunicación digital, facilita esta cuestión. Las formas rizomáticas que tiene este tipo de comunicación, integrada por nodos interrelacionados entre sí, sin puntos centrales, hace posible múltiples relaciones entre múltiples usuarios y hace que todos nos convirtamos en productores y consumidores de contenidos. El reto está en que los contenidos sean más estratégicos y pertinentes.

Que sean los mismos habitantes de los territorios quienes identifiquen, se cualifiquen, produzcan y promuevan sus formas de auto-representación y auto-determinación es un derecho y un deber que conecta a las comunidades con sus luchas, sus apuestas y allana el camino hacia un futuro más justo y sostenible.

## **6. A modo de conclusión. La gestión comunicacional del patrimonio: desde la gente y no desde el objeto**

La gestión de conocimiento agenciada por los procesos comunicativos, puede verse como una facultad de comprender e interpretar la experiencia humana y

ellos es un activo intangible que resulta ser una ventaja competitiva emergente para la gestión patrimonial.

Desde la perspectiva entenderemos el patrimonio cultural como un proceso desigual, que viene fuertemente marcado por los procesos de reproducción cultural. La manera cómo se transmite el saber y los distintos grupos que se apropian ese saber, plantea un lugar disímil en la herencia cultural. Cada grupo social accede de manera distinta al capital cultural y por tanto existe una jerarquía de capitales sociales y culturales de los distintos grupos involucrados con un proceso de valoración patrimonial, en donde las formas comunicativas abren los debates que provocan ejercicios éticos. Es en este momento donde la correlación de fuerzas determina el poder de decisión y las preguntas claves: ¿Qué se valora? ¿Cómo se valora? y ¿Desde dónde?

De esta forma la conceptualización sobre la gestión del conocimiento puede entenderse como la creación de valor orientada hacia la innovación, donde la clave está en el disfrute del patrimonio, cómo se vive el patrimonio y como se involucra a la ciudadanía en dos sentidos como usuario y como fuente de conocimiento (North y Rivas, 2008). Por tanto, entender a la cotidianidad de sus costumbres, las maneras de pensar, o las maneras de producir condiciones de existencia de las colectividades, haría más viable armonizar los ritmos patrimoniales con los ritmos vitales. El intento por cerrar esa ambivalencia implica ver el aporte de la Comunicación a la gestión patrimonial, y las acciones hacia y desde el visitante/comunidad/usuario; contemplando diversos sus grados de participación, con procesos sostenidos en el tiempo.

Desde esta perspectiva, la comunicación agencia cambios al interior de la gestión patrimonial, integrando a los diversos actores involucrados y propiciando la emergencia de nuevos actores, compartiendo responsabilidades en los procesos de salvaguarda, cohesionando los testimonios, las narrativas y los colectivos que develan los conflictos y problemáticas en torno a lo patrimonial y movilizan a las comunidades hacia sus posibles soluciones.

Ese capital simbólico, es el sello de poder que posee la comunidad para generar procesos de transformación y empoderamiento. Internarse en los procesos

comunicacionales de los procesos patrimoniales de la realidad comunitaria, puede generar un amplio campo de análisis que visto, en donde la sostenibilidad tendría su centro en el sujeto y no en los objetos.

## Referencias

- ADORNO, T. (1993). *On Tradition*, Telos, n. 94, pp. 75-82.
- Afropress (2017) *Agencia de Noticias Afropress* <http://www.afropress.com/quem-Somos.asp> Consultado el 5 de agosto de 2017.
- Afropress (2017b) *Agencia de Noticias Afropress* <http://www.okayafrica.com/> consultado el 5 de agosto de 2017.
- AGUILAR CRIADO, E. (1999). *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.
- ARIÑO VILLARROYA, A. *La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas*. Recuperado de: [http://www.academia.edu/1198690/La\\_patrimonializacio\\_n\\_de\\_la\\_cultura\\_y\\_sus\\_paradojas\\_postmodernas](http://www.academia.edu/1198690/La_patrimonializacio_n_de_la_cultura_y_sus_paradojas_postmodernas)
- Blogeras Negras del Brasil (2017), <http://blogueirasnegras.org/equipe/> Consultado el 5 de agosto de 2017.
- BOURDIEU, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México DF, México: Taurus.
- BOURDIEU, P. (1995) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, España: Anagrama.
- BOURDIEU, P. Y DARBEL, A. (2003). *Por amor al arte. Los museos europeos y su público*. Barcelona, España: Paidós.
- BOURDIEU, PIERRE (2005). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama.
- CARABALLO PERICHI, C. (2011). *El patrimonio cultural, un enfoque diverso y comprometido*. México DF, México: UNESCO.
- CHAVES, M. (2011). *La multiculturalidad estatalizada. Indígenas, afrodescendientes y configuraciones de estado*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

- CHAVES, M., HAVES, M., MONTENEGRO, M., ZAMBRANO, M. (2010) Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*. Vol. 46 (núm. I) pp. 7-26.
- Corporación Yanci (2017). *Video de presentación de la Corporación Yanci*, <https://www.facebook.com/ManosVisibles/videos/1484588588296276/> Consultado el 5 de agosto de 2017.
- FLORIDA, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York, Estados Unidos: Basic books.
- GARCÍA, CANCLINI, NÉSTOR (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- LANGFORD, R. (1983). Our Heritage – Your playground. *Australian Archaeology* (núm. 16).
- LARSEN, K. (1995). Nara Conference on Authenticity. Nara, Japan: UNESCO.
- MONTENEGRO, M. (2013). Articulaciones entre políticas económicas y políticas culturales en Colombia. El patrimonio cultural, el sector artesanal y las nuevas formas del valor y la propiedad. *Boletín de Antropología. Universidad de Antioquia*. Vol. 28 (núm. 46) pp. 35-52.
- NORTH, K. Y RIVAS R. (2008). *Gestión del conocimiento. Una guía práctica hacia la empresa inteligente*. Libros en red.
- PÉREZ SANTOS, E. (2000). *Estudios de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*. España: Ediciones Trea.
- PRATS, LL. (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona, España; Editorial Ariel.
- RIVIÈRE, G. H. (1993). *La museología. Curso de museología / Textos y testimonios*. Madrid, España: Akal.
- SCHMILCHUK, G. (1996). *Venturas y desventuras de los estudios de público*. México DF, México: Cuicuilco.
- THOMPSON, E. P. (1995). *Costumbres en común*. Barcelona, España: Crítica.
- THROSBY, D. (2001). *Economía y cultura*. Cambridge: University Press.