

## Comunicación cultural y patrimonial: Entre las realidades física y virtual

Pablo Escandón Montenegro (coord.)  
Quito: UASB-E / El Conejo, 2021

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

### Comunicación cultural y patrimonial, una aproximación distinta

Buena parte de la historia y la cultura de un grupo humano, de un país, de la humanidad en su conjunto, se encuentra recogida en monumentos, museos y lugares especiales. Su actividad puede ser intensa o menor; hoy en día depende de cómo interactúe con esos visitantes o usuarios. Y para lograr esa interacción son vitales la comunicación y el apoyo de la tecnología.

Sin duda se trata de un objetivo ambicioso, necesario y urgente. No solo porque se debe concebir al patrimonio como algo en continuo cambio, sino porque esto implica entender que los usuarios, los visitantes de esos museos y de esos centros culturales, son cocreadores de sentido, así como los investigadores son los mejores y más importantes difusores de su propio trabajo.

La pregunta que rápidamente surge es cómo lograrlo, y en el trabajo *Comunicación cultural y patrimonial: Entre las realidades física y virtual*, coordinado por Pablo Escandón, se apuesta por las respuestas de ocho autores que se aproximan a este desafío desde diferentes aristas.

Sin embargo, antes de resumir brevemente los trabajos de los ocho escritores, vale la pena detenerse por un momento en el prólogo, escrito por Fernando Vicario Leal, que permite hacer un acercamiento adecuado a los textos:

La comunicación cultural, especialmente la que hace referencia a los procesos patrimoniales, respondía a [...] un emisor identificado como “experto”[, que] nos señalaba la obra que debíamos ver, cómo verla, dónde e incluso la manera de transmitirla y contarla a los receptores. De esta forma, el patrimonio que se constituía en referente identitario, modelo de belleza y prototipo de trabajo cultural era seleccionado por una élite que nos conducía [...]. La cultura hoy ya no consiste en prohibiciones, se nutre de ofertas, de invitaciones: propuestas que nos atraen y seducen logrando nuevos modos de relación con el entorno, con el contexto que nos rodea, que no solo es físico. Al tiempo, precisa seguir rescatando esos signos identitarios que nos ayudan a tener raíces, cada vez más endeble, pero más perseguidas y reclamadas por nacionalismos en crisis [...]. Las élites culturales del siglo XXI responden a modelos de tolerancia, los retrógrados son aquellos que se aferran a concepciones incapaces

de mezclarse, hibridar sus conocimientos. Es esta una sociedad que se ha digitalizado, las fuentes de la sabiduría son múltiples. (10-11)

Una vez anotado este contexto, hay que señalar que Isidro Moreno y Andrés Navarro plantean la comunicación transmedia como un camino para acceder al patrimonio material e inmaterial del museo, para lo cual se deben permear los espacios museales *in situ* y en red, a través de la interacción, interactividad y accesibilidad. Pablo Escandón, en cambio, plantea cómo comunicar más allá del catálogo, para lo cual sugiere generar contenidos inclusivos, inmersivos, participativos y aleatorios, con actividades analógicas y digitales para los distintos usuarios.

Alejandra Panozzo presenta una reflexión sobre cómo la presencia de las obras de arte en las plataformas digitales es una práctica de comunicación de los museos del siglo XXI, y que es fundamental, así como también lo es atender a las singularidades de lo virtual y las realidades particulares de las sedes físicas. María Gabriela Mena reflexiona sobre la necesidad que tienen los gestores de museos de comunicar su trabajo:

Esta sociedad contemporánea [...] está ávida por establecer relaciones sociales y afectivas que denoten experiencias interesantes. No queda duda de que el museo debe comunicarse sin perder los objetivos que se ha planteado, los que pueden ser educativos, recreacionales, concientizadores, entre otros, pero siempre acudiendo al recurso de la afectividad, que en todos los casos será una forma de calar en el ser humano. (146)

El estudio de Ruth Helena Vallejo y Óscar Javier Zambrano, alrededor de las bibliotecas como centros culturales vivos y transformadores, muestra los esfuerzos de esos centros para ampliar su oferta y cambiar sus espacios y servicios, a fin de que se puedan presentar propuestas artísticas y culturales nuevas, cuyos escenarios sean producto de la creación colectiva.

El último texto, “Comunicación científica en directo: Nuevas estrategias de construcción de un discurso cultural”, de Manuel Gago, reflexiona sobre cómo debe entenderse la comunicación digital en este ámbito:

[E]l principal desafío es entender el nuevo papel de la comunicación digital en todos los ciclos del proceso de puesta en valor del patrimonio cultural y comprender que, más allá de sus aplicaciones instrumentales, las tecnologías digitales provocan cambios estructurales en todas las fases de una puesta en valor del patrimonio digital [...]. Estos cambios suponen añadir no solo inmediatez o interactividad, sino responder a nuevas demandas sociales, afrontar una nueva relación entre la ciencia y la sociedad. (190-191)

Sin duda, este trabajo logra el objetivo que no está explícitamente dicho: llegar al corazón de los públicos, para que sientan a estos espacios como suyos y se entienda a la cultura y a la historia agrupadas en los museos y centros culturales como espacios que son parte de su vida y de su razón de ser.

*Saudia Levoyer*  
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador  
Quito, Ecuador