

Comunicación y redes sociales en instituciones culturales

coordina Candela González Sánchez

Aproximarse a la cultura desde la comunicación nos permite acercarnos a los valores construidos por la ciudadanía que habita en cada territorio, y es que lo cultural, lo patrimonial, es en la medida en que es percibido, vivido y reconocido, por lo que conocer cómo se está comunicando y cuáles son las claves de esta comunicación nos puede ayudar a comprender diferentes situaciones.

La importancia que otorgamos al diálogo entre la cultura y la comunicación no es sino el deseo de poder acceder, a través de las plataformas de opinión, y no solo, que son las redes, al imaginario social. La exposición continuada a unas determinadas imágenes, temáticas, escenarios, ausencias y presencias, y la producción de discursos que hacemos, va a modelar, inevitablemente, la percepción de la realidad cultural de cada persona y de cada comunidad.

Hoy reflexionamos sobre el papel de las redes sociales en la construcción de discursos e imaginarios culturales. La mediación comunicativa no es determinante en la percepción social de la realidad, que pasa por otros filtros propios que tienen que ver con la experiencia de cada una/o. Sabemos que las personas reelaboramos los mensajes y construimos nuestro propio imaginario a partir de los medios, pero no solo, también a partir de nuestra formación, de las relaciones que establecemos con el entorno, de nuestra mayor o menor sensibilidad o de la capacidad de percibir que tengamos. Dos reflexiones al hilo de lo anterior:

Septiembre de 2020, Netflix lanzaba el documental *El dilema de las redes sociales (The Social Dilemma)* donde creadores y directivos tecnológicos hablan sobre el “monstruo” que han creado. En el documental se ponen sobre la mesa varias ideas: usuarias/os como producto; la responsabilidad ética de las empresas tecnológicas; adicciones y otros problemas derivados de su uso y abuso; la necesidad de regulación a través de políticas públicas; o el debate sobre el establecimiento de impuestos a estas empresas.

Marzo de 2020, España declara el estado de alarma ante la crisis sanitaria de la Covid-19, con confinamientos de la población. En este contexto, la cultura y el acceso a ella a través de las redes se reconoce como una necesidad y una de las mejores herramientas para mantener la salud emocional: nuevos recorridos por las salas de los museos, espectáculos en directo, conciertos, recreaciones de obras de arte desde casa, cine, documentales, cortos, clases *online*, acceso a libros y un largo etcétera. Conviviendo con esta idea de gran contenedor cultural global *online*, el sector cultural que reclama medidas de apoyo ante el agravamiento de la precariedad estructural que ya venía arrasando. Y todo es cultura.

¿Qué cultura está en las redes? pero también, ¿en qué cultura se está pensando cuando se habla de “la cultura en las redes”?; ¿cuáles son las estrategias de comunicación que lideran las instituciones culturales?, e igual de importante ¿en qué anda el tejido cultural no institucional enredado?, ¿cuáles son las prácticas comunicativas de las que podemos aprender y aquellas de las que deberíamos huir?, ¿las redes alargan la experiencia cultural?, ¿son generadoras de cultura?, son solo algunas de las preguntas que nos hacemos, más allá de posiciones apocalípticas e integradas que polarizan un debate que sabemos que necesita grises.

Candela González Sánchez | periodista especializada en comunicación cultural

URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4777>

Dinámica de funcionamiento de la sección DEBATE

Este espacio de *revista PH* pretende poner en común los distintos puntos de vista sobre los temas de debate que se propongan, atendiendo a dos principios básicos: máxima libertad y respeto.

Tres veces al año, se sugerirá un tema para discutir, con un texto de presentación, redactado por la persona que coordine el debate, y un guión de cuestiones que puedan animar el intercambio de ideas.

A partir de este momento se abrirá un plazo de envío de contribuciones breves (1000 palabras + 1 o 2 imágenes). Dichas aportaciones deben adecuarse a los temas planteados en el texto y guión de presentación del debate. Estas contribuciones se revisarán y publicarán todas, siempre y cuando se ajusten al hilo argumental propuesto.

Para facilitar la posibilidad de comentar las distintas aportaciones que vayan llegando, se incluirán de manera provisional como *preprints* en el número de la revista en preparación, hasta una segunda fase en la que se maqueterán y paginarán en el número definitivo.

Recuerda que para enviar contribuciones hay que registrarse. Si tienes perfil en alguna red social profesional o mantienes un blog especializado incorpora a tu texto sus direcciones para aumentar las posibilidades de comunicación.

Los debates se difundirán a través de los perfiles de Facebook, LinkedIn y Twitter del IAPH: <www.facebook.com/patrimonioIAPH>; <<https://twitter.com/IAPHpatrimonio>>; <<https://www.linkedin.com/company/instituto-andaluz-del-patrimonio-hist-rico>>