



Junta de Andalucía
Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico
INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



REVISTA **PH**
ISSN 2340-7565

Sección Debate (*revista PH 102, febrero 2021*)

Debate 18: Comunicación y redes sociales en instituciones culturales

Introducción

Comunicación y redes sociales en instituciones culturales

Candela González Sánchez, periodista especializada en comunicación cultural, coordinadora del debate

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 arrastrando. 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.

BIBLIOGRAFÍA

- Ardemagni, M. (2007) Patrimonio y público. La labor de sensibilización a través de los medios de comunicación. En: Sanjuán Ballano, B. (coord.) *Patrimonio cultural y medios de comunicación*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura, pp. 70-79 (PH Cuadernos, 21)
- Cabello Fernández-Delgado, F. (2007) Industrias culturales y procesos de lectura. Puntos de partida para abordar la comunicación desde el patrimonio. En: Sanjuán Ballano, B. (coord.) *Patrimonio cultural y medios de comunicación*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura, pp. 12-29 (PH Cuadernos, 21)



Junta de Andalucía

Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico

INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO



REVISTA PH
ISSN 2340-7565

- Eco, U. (1996) *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen
- García Canclini, N. (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo
- Garrote Mestre, L. (coord.) (2011) *El patrimonio cultural como símbolo. Actas del Simposio Internacional*. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León
- Sanjuán Ballano, B. (coord.) (2007) *Patrimonio cultural y medios de comunicación*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura (PH Cuadernos 21)
- García García, A. (coord.) (2008) *Espacio público, ciudad y conjuntos históricos*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura (PH Cuadernos 22)
- Martín Guglielmino, M. (2007) La difusión del patrimonio. Actualización y debate. *erph_revista electrónica de patrimonio histórico*, n.º 1. Disponible en: <https://revistadepatrimonio.es/index.php/erph/article/view/23/7> [Consulta: 05/11/2020]
- Martín-Barbero, J. (1993) *De los medios a las mediaciones. Cultura, hegemonía y poder*. México: Gustavo Gili
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2005) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1987) *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*. Madrid: Fundesco
- Mattelart, A. (1993) *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y las estrategias*. Madrid: Fundesco
- Mattelart, A. (1995) *La invención de la comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós
- Morate Martín, G. (2007) Conocimiento y percepción del patrimonio histórico en la sociedad española. *erph_revista electrónica de patrimonio histórico*, n.º 1. Disponible en: <https://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3320> [Consulta: 05/11/2020]
- Quintero Morón, V. (2009) *Los sentidos del patrimonio. Alianzas y conflictos en la construcción del patrimonio etnológico andaluz*. Sevilla: Fundación Blas Infante
- Rizo, M. y San Eugenio, J. (2009) Aportacions de la Teoria de la Comunicació a l'estudi transversal del paisatge. Proposta d'indicadors. En: Nogué, J., Puigbert, L. y Bretcha, G. (eds.) *Indicadors de paisatge. Reptes i perspectives*. Olot: Observatorio del Paisaje de Cataluña; Barcelona: Obra Social de Caixa Catalunya, pp. 300-320 Disponible en: http://www.catpaisatge.net/fitxers/publicacions/indicadors/14_Marta_Rizo_Jordi_deSan_Eugenio.pdf [Consulta: 05/11/2020]
- San Eugenio, J. (2006) *La interpretación del paisaje como instrumento de comunicación con la sociedad. Aportaciones de la semiótica y de los procesos de participación ciudadana*. F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación, n.º 4.
- Sanjuán Ballano, B. (2007) Información = Cultura. Mapas patrimoniales para ir de los medios a las mediaciones. En Sanjuán Ballano, B. (coord.) *Patrimonio cultural y medios de comunicación*. Sevilla: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura, pp. 30-44 (PH Cuadernos 21)
- Sierra, F. (1999) *Elementos de Teoría de la Información*. Sevilla: Editorial MAD
- Tilden, F. (2006) *La interpretación de nuestro patrimonio*. Sevilla: Asociación para la interpretación del patrimonio
- Watsuji, T. (2006) *Antropología del paisaje*. Salamanca: Ediciones Sígueme

OTRAS REFERENCIAS DE INTERÉS

- Castillo, C. (Del) (2020) Raúl Magallón: "Las redes sociales ya no son solo empresas tecnológicas sino actores políticos". *eDiario.es*, 15 de octubre de 2020. Disponible en línea: https://www.eldiario.es/tecnologia/raul-magallon-redes-sociales-no-son-empresas-tecnologicas-actores-politicos_128_6295992.html [Consulta: 05/11/2020]
- El dilema de las redes (2020) Trailer ESPAÑOL subtítulo. *Youtube* <https://www.youtube.com/watch?v=eOXwPVD5cFg> (completo en Netflix)
- Grijota, E. (2020) Adiós academia, hola TikTok: la estrategia sin complejos con la que la Galería Uffizi ha duplicado los visitantes jóvenes en tres meses. *El País*, 19 de octubre de 2020. Disponible en línea: <https://elpais.com/icon-design/2020-10-18/adios-academia-hola-tiktok-la-estrategia-sin-complejos-con-la-que-la-galeria-uffizi-ha-duplicado-los-visitantes-jovenes-en-tres-meses.html> [Consulta: 05/11/2020]
- Peña Aznar (De la) (2014) ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural? En: *Anuario AC/E de cultura digital*. Acción cultural española, pp. 101-112. Disponible en línea: https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/8RedesSociales_JPen%CC%83a.pdf [Consulta: 05/11/2020]
- Rosenstein, J. (2020) Las redes sociales, amenaza para la democracia. *El País*, 27 de octubre de 2020. Disponible en línea: <https://elpais.com/opinion/2020-10-26/una-amenaza-para-la-democracia.html> [Consulta: 05/11/2020]