

Experiencia de la plataforma virtual cultural "Exprésate Ibarra"

Mónica Polanco De Luca

Autor para correspondencia: mpolanco@pucesi.edu.ec

Docente de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

Manuscrito recibido el 21 de julio de 2014. Aprobado tras revisión el
26 de agosto de 2014

RESUMEN

Este trabajo presenta y describe una investigación experimental, desarrollada entre los meses de junio y diciembre de 2013, sobre la percepción e interacción cultural de los ciudadanos de Ibarra, a través de un espacio virtual propio, creado en la red social Facebook con la denominación de "Exprésate Ibarra". Su propósito fue observar la percepción que los vecinos de Ibarra tenían sobre los espacios y manifestaciones culturales de la ciudad. Los materiales y métodos empleados fueron la conversación directa, a través de la entrevista en profundidad, con personas representativas de la memoria cultural cívica y encuestas para lograr los atributos del diseño del espacio virtual. La experimentación permitió comprobar el alto interés por parte de los ibarreños, tanto de la ciudad como de la emigración, de interactuar y expresar sus visiones sobre la cultura y los símbolos de la identidad local.

Palabras clave: Cultura, espacio virtual, prosumer, territorio, patrimonio, identidad.

ABSTRACT

This paper presents and describes the experimental research carried out, between June and December 2013, on the perception and cultural interaction of the citizens of Ibarra, through its own virtual space, on the social network Facebook, created under the name Exprésate Ibarra (Express Yourself Ibarra). Its purpose was to observe the perception that the neighbors of Ibarra had about spaces and cultural events of the city. The materials and methods used were direct conversation, through in-depth interviews with individuals representing the civic and cultural memory and surveys in order to achieve the design attributes of the virtual space. The experiment allowed us to check the high interest of the citizens of Ibarra, from topics ranging from the city to emigration, in order to interact and express their views on culture and symbols of local identity.

Keywords: Culture, virtual space, prosumer, territory, heritage, identity.

INTRODUCCIÓN

El proyecto "Exprésate Ibarra", como espacio cultural interactivo, se basó en acceder a conductas que se relacionan con la cultura ciudadana, el espacio, el habitar, el patrimonio, la identidad y la memoria del ser social. Ibarra como espacio cultural surge en este estudio como un campo propicio para desarrollar la propuesta de experimentación que intuyó la necesidad que tiene el ser humano de expresarse en el lugar que habita. Una de las incógnitas fue la de definir la conducta que en el ciudadano "común" pudiera provocar un espacio virtual, teniendo en cuenta las nuevas corrientes sobre políticas culturales y de comunicación. La posición "prosumer" (productor de lo que se consume) fue otro eslabón que debió comprenderse, puesto que la comunicación en el ciberespacio se ha extendido de tal forma que las redes sociales marcan tendencias e instalan cultura.

En el 2012 me aproximé al estudio de los espacios culturales en la ciudad de Ibarra, Ecuador, buscando establecer cuál era la percepción de la población con respecto a estos sitios. La apreciación que tenía era una distorsión del concepto "cultura" en la ciudadanía y, consecuentemente, el de "espacio cultural", lo que se hizo evidente en el proceso de la investigación. Apenas tres instituciones detentaban en la memoria de los ibarreños este título (espacio cultural): el Museo Arqueológico de la Sierra Norte (ex Banco Central); Casa de la Cultura del Núcleo de Imbabura y el Teatro Gran Colombia. Los resultados de entrevistas y encuestas con respecto a la definición de "espacio cultural" indicaron que los individuos lo relacionaban con espacio físico, generalmente de instituciones de larga data reconocidas formalmente. Estos antecedentes dieron origen al corpus de la

experimentación, que pretendió establecer la incidencia de espacios “no convencionales” de cultura como medios de expresión ciudadana; entre ellos, la conducta “prosumer”, en donde el consumidor de cultura es también productor de ella.

Para esto se creó el sitio web “Exprésate Ibarra”, que sirvió de escenario para comprobar el comportamiento del público. La conducta que éste sostuvo en el espacio virtual puso de manifiesto la necesidad de expresión del individuo como ser social a través de las redes digitales como espacios culturales, específicamente en la sociedad ibarreña.

Circunscribir “espacio cultural” al inicio de la investigación requirió de establecer relaciones entre ambos términos para comprender su concepción dentro del contexto contemporáneo. Para ello, se partió del análisis de distintos conceptos: “cultura, espacio, territorio, memoria, evolución del espacio cultural, memoria colectiva y cultural, patrimonialización de la cultura y disfrute de la cultura”.

La cultura y sus espacios

Si bien podemos considerar la cultura dentro del ámbito de la sociología y la antropología, fue desde estas disciplinas que se rompió con su concepción romántica, como “cultivo de las especies humanas”. Según la declaración de la Unesco de 1982, “la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden” (1983, p 33).

La ampliación conceptual de cultura se da con el aporte de la antropología. La cultura incluye bienes materiales, bienes simbólicos (ideas), instituciones (canales por donde circula el poder como escuela, familia, gobierno), costumbres (reunirse para cenar entre gente amiga o familiares), hábitos, leyes y poder (ya que este también es parte de la cultura).

Entonces, podemos decir que toda sociedad tiene cultura y toda cultura es puesta en práctica por las personas que se interrelacionan y construyen desde el habitar el espacio; como decía Heidegger (1994, p. 130): “Todo construir es en sí un habitar. No habitamos porque hemos construido, sino que construimos y hemos construido en la medida en que habitamos, es decir, en cuanto que somos los que habitan”.

Toda cultura es en tanto se dé en un proceso social, es decir, en la sociedad; entonces, toda sociedad tiene cultura y ella es puesta en práctica por las personas que se interrelacionan dentro de esta sociedad. Es una producción colectiva, con un universo de significados que se re-construye constantemente como algo vivo a través de las generaciones. Este proceso de re-construcción adquiere en la temporalidad cada vez mayor dinamismo, influenciado por la globalización y la interacción que se manifiesta en la inmediatez de las redes sociales. El paradigma de “aldea global” ubica a la cultura en nuevos espacios que se dan desde la interactividad.

Abarcando lo antedicho, podemos establecer espacios “de cultura” y espacios “para la cultura”. Los primeros son mirados desde la descolocación. Las redes virtuales son espacios de cultura, pues se constituyen desde el desbordamiento urbano. Las ciudades se desbordan. Sucesivamente se está produciendo la resignificación del espacio cultural. Esto se debe a la conformación de nuevos espacios pautados por comportamientos sociales que buscan nuevas ofertas. Por ejemplo, el cine ha sido reemplazado por su versión doméstica de video, que permite la regulación del tiempo y la comodidad del no desplazamiento, sumado a los costos.

Espacio geográfico – territorio cultural

El espacio geográfico cultural está íntimamente ligado a la idea de territorio, entendiendo como “paisaje cultural” el concebido por la población cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos (Convenio Europeo del Paisaje, 2000).

El territorio se constituye en el espacio geográfico que permite percibir las acciones culturales a través de los vestigios tangibles o intangibles de sus moradores.

Sánchez López y Jerez García (2003, p.13) interpretan y resignifican el territorio como “la huella del hombre, la acción y la forma de su intervención sobre él” en donde paisaje y tiempo se constituyen en el “archivo de la existencia humana”. Asimismo, Germán Rey (2011), citando a Milton Santos, enuncia que el espacio geográfico “está formado por un mundo indisoluble, solidario y también contradictorio, de sistemas de objetos y sistemas de acciones, no considerados aisladamente, sino como el contexto único en el que se realiza la historia”.

Este espacio geográfico es la ciudad, la cual es percibida con un sentido peculiar según la mirada de cada individuo. La ciudad emerge como un territorio histórico y social en el que se condensa “una cultura” o “meta-culturas”.

Evolución del concepto de espacio cultural

Louis Wirth (2009, p.167) plantea que “una ciudad puede definirse como un asentamiento relativamente grande, denso y permanente de individuos socialmente heterogéneos. A partir de esta heterogeneidad, dada por la confluencia en el territorio-cultural, el concepto de espacio se extiende a territorios cuya geografía entra en la inmaterialidad. El espacio cultural-territorio cultural se pone de manifiesto en otros ámbitos. Estos ámbitos coinciden con expresiones post modernistas no contempladas en el concepto romántico de cultura.

Surgen así espacios culturales en donde se presenta una “cultura bajo demanda”, una “cultura P2P”, una “cultura streaming”. Estos espacios son autopistas para el flujo de las manifestaciones culturales y revelan un nuevo fenómeno: el modelo “prosumer”, en donde el nuevo público produce parte del contenido que consume (Gago, 2011, p. 15).

La memoria colectiva y la cultura

La memoria colectiva puede ser entendida como “el conjunto de conocimientos, valores, reglas y patrones de comportamiento, que adquiridos mediante la interacción entre los miembros del colectivo y su entorno, son compartidos por el grupo con la finalidad de homogeneizar representaciones del pasado y mejorar el resultado de sus decisiones tomando ventajas de las regularidades producidas en el ámbito de su actividad” (Sorrosal, 2005, p. 27).

En el marco de la cultura, la memoria colectiva expresa un particular sentido de pertenencia, la cual puede ser de aprobación o no de los hechos acontecidos relacionados con el quehacer de la sociedad en el pasado y sometidos a una revisión en el presente.

La ciudad se convierte en el escenario y sus habitantes en actores de la cultura que, de acuerdo con la percepción generalizada, validará o no las manifestaciones culturales que se dan en el espacio urbano.

Patrimonialización de la cultura

En los últimos años, la cuestión del patrimonio cultural ha dado origen a un movimiento enmarcado dentro del término “patrimonialización de la cultura” o “patrimonialización cultural”, que consiste en nuevas políticas que se vienen dando desde los gobiernos para poner en valor este patrimonio a través de su gestión y divulgación. Los bienes o saberes son tomados en cuenta para otorgarle un sentido e insertarlos en el mercado, sea éste cultural o turístico-cultural. Con esta puesta en valor, se contribuye a que la sociedad involucrada se sienta valorizada en su saber y en su hacer.

El enfoque patrimonial a partir de su valor testimonial adquiere un valor cultural, social o económico potencial por encima de las razones funcionales que justificaron su existencia (CEMAT, 2006, p. 13).

El disfrute y la cultura

En el marco de los derechos constitucionales, el disfrutar la cultura ciudadana surge del ejercicio colectivo, en la participación plena de los valores, como satisfacción de las necesidades humanas. Este disfrute es un derecho inherente a las personas y se convierte en un deber que surge del reconocimiento de la alteridad que singulariza al ser humano.

El individuo, como ser social, encarna un protagonismo a través de la apropiación de la cultura, que se desarrolla en el entorno físico de la ciudad. Esta relación enriquece y dinamiza a este y al contexto en el cual actúa. Machesi (2010) reafirma esta idea al posicionar a la cultura en el centro de los debates sociales, no solo como patrimonio del pasado, sino como sistema vivo y dinámico que se recrea constantemente.

MATERIALES Y MÉTODOS

La experimentación partió del estudio de la sociedad ibarreña y la significación y uso que ésta da y hace de los espacios culturales urbanos. Para conocer la percepción de los ciudadanos con respecto al concepto “cultura”, se realizó una encuesta sobre 31 vocablos relacionados a este y su relación con “espacio”. Una vez definido el concepto de “espacio cultural” que se dio a inicio de la investigación, se estableció la ruta metodológica a seguir. Se realizaron diálogos con agentes culturales urbanos y entrevistas a ciudadanos que permitieron conocer la percepción que sobre “espacio cultural” tenía la comunidad.

Por otra parte, se realizó un registro fotográfico de espacios culturales invisibilizados, que no eran reconocidos como tales por la mayoría de vecinos de la ciudad. Esto originó la necesidad de crear un espacio interactivo en donde se pudiera dar a conocer esos sitios y que, a la vez, sirviera como escenario de estudio de la conducta de sus visitantes en cuanto a “consumidores y productores culturales”. Se recurrió al sitio “Exprésate Ibarra” a partir de un espacio dentro de Facebook. Se diseñó la marca y la diagramación del espacio virtual, el cual permitió la observación y registro del comportamiento del público durante los meses de junio a diciembre del 2013. La conducta expresada durante este período cimentó el resultado de la investigación.

LA PROPUESTA

Desde la última década, las redes sociales han contribuido a la resignificación del espacio cultural y su particularidad de espacio en donde se manifiesta la cultura prosumer. El espacio cultural “Exprésate Ibarra” surge como territorio de indagación sobre el comportamiento del colectivo ciudadano, como sitio abierto a sus expresiones. Para su construcción, se partió de una marca referencial (fig. 1), que manifestara cierta contemporaneidad y tuviera un carácter invitador a la expresión ciudadana. La referencia soporte para la marca en el banner partió de la red urbana del centro histórico de la ciudad, como componente del concepto de “red”, en donde se acentuó este atributo en el concepto de “cultura”.



Figura 1. Marca y banner
Fuente: Ana Cristina Barahona, William Chamorro, Mónica Polanco (2014)

Luego de su registro en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, se abrió el espacio “Exprésate Ibarra” en Facebook. Se propusieron tres opciones de diseño (fig. 2, 3 y 4) para la futura página, las cuales estuvieron testeadas por el público (fig. 4) de este espacio.

RESULTADOS

Durante el tiempo en que se tuvo en vigencia “Exprésate Ibarra”, el público interactuó con los temas (gráficos y tablas 1 y 2), lo que determinó no sólo su aceptación, sino el modelo propuesto por Gago que indica la nueva postura: “comunicar es el nuevo entretenimiento de la gente” (2011, p. 4). Asimismo, el sitio permitió determinar un espacio cultural nuevo que tiene relación con los nuevos territorios y públicos de la cultura: espacios (fijos) que Santos (2000, p. 49-51) resignifica al otorgarles unos públicos (flujos): “interactuando ambos reflejan el territorio y aparecen como un objeto posible de la geografía”. Se comprobó la persistencia de los flujos en la página (tablas 1 y 2), marcando la tendencia que Santos (2000, p. 49) traza, al referirse a que éstos son cada vez más diversos, más amplios y más rápidos en relación a los fijos.

La conducta comunicacional estuvo dada por la captación del territorio a través de fotografías inéditas (fig.5) que generaron el comportamiento en el público. La dinámica del sitio demostró que el “espacio cultural” es posible en tanto se produzca el *feed-back* público-espacio, condición imprescindible para que se produzca “cultura”. La ciudad, como plantea García Canclini (2005, p. 72), no es sólo un “fenómeno físico”, sino un lugar

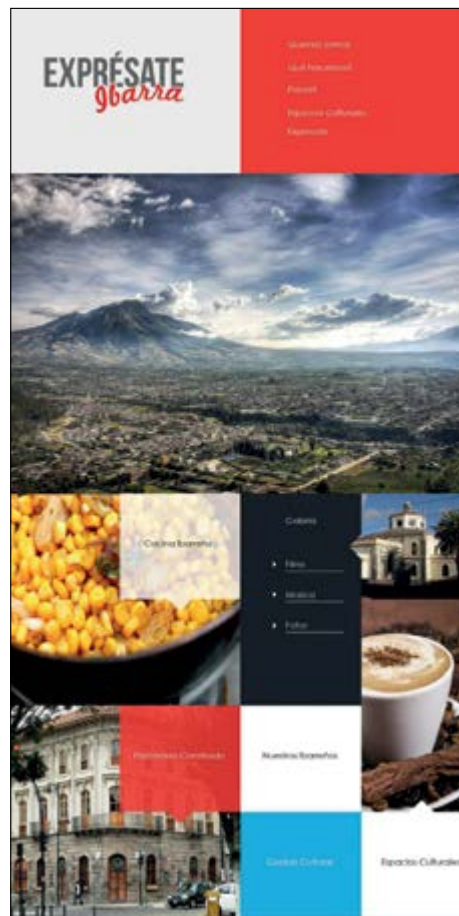


Figura 2. Opción de diseño a
Fuente: Raymi Gómez, Mónica Polanco (2014)

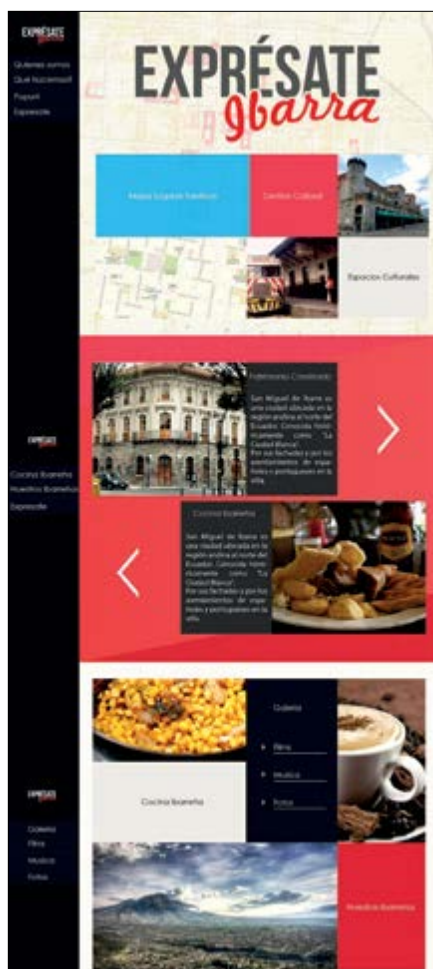


Figura 3. Opción de diseño b
Fuente: Raymi Gómez, Mónica Polanco (2014)

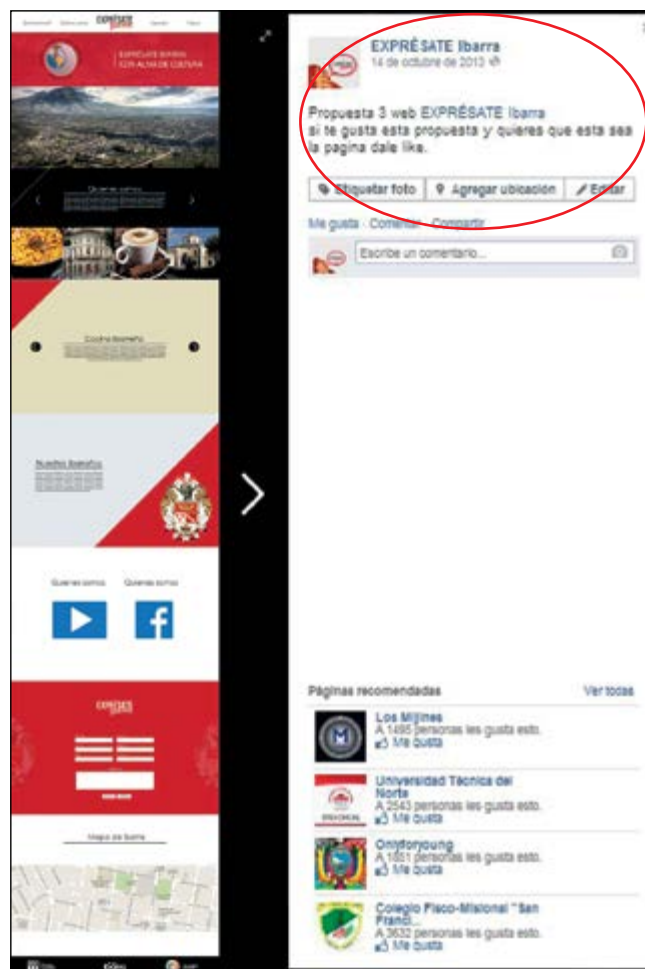


Figura 4. Opción de diseño c
Fuente: Raymi Gómez, Mónica Polanco (2014)

donde ocurren “fenómenos expresivos”. Indudablemente, la autopista acelera su nivel de actualidad y muchas veces su extinción por la celeridad en la que se suceden los acontecimientos. En “Exprésate Ibarra” se ha evidenciado este fenómeno.

PORCENTAJES DE INTERACCIÓN POR MES EN 2013			
MES	FRECUENCIA	CRECIMIENTO MENSUAL	%
junio	92,00	92,00	42,79
julio	26,00	118,00	12,09
agosto	16,00	134,00	7,44
septiembre	26,00	160,00	12,09
octubre	40,00	200,00	18,60
noviembre	7,00	207,00	3,26
diciembre	8,00	215,00	3,72
TOTAL	215,00		100,00

Tabla 1. Porcentajes de interacción por mes en 2013
Fuente: Gissela Guerrero (2014)

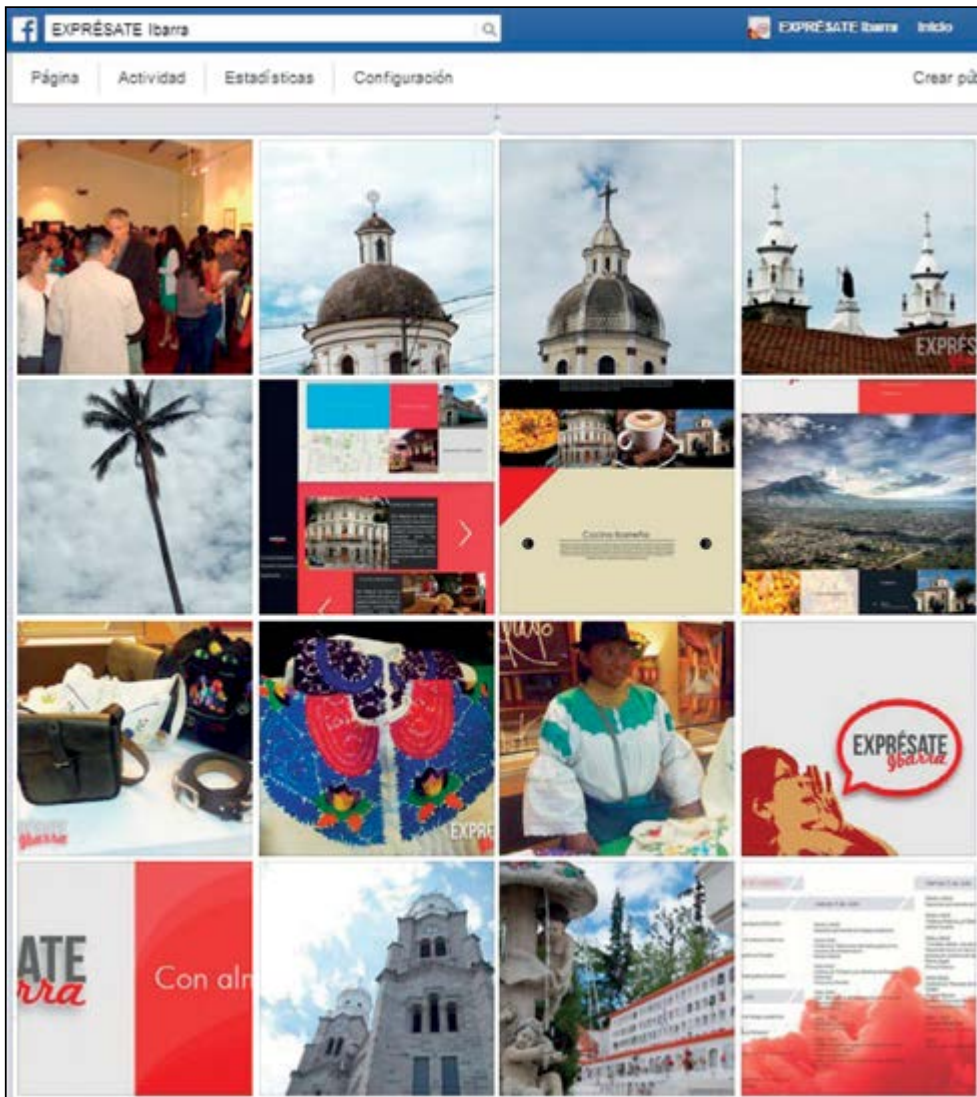


Figura 5. Fotografías en website
Fuente: Gabriela Ayala, Marta Jáuregui, Mónica Polanco, David Vizcaino (2013)

PORCENTAJES DE INTERACCIÓN OCTUBRE-DICIEMBRE EN 2013			
MES	FRECUENCIA	CRECIMIENTO MENSUAL	%
octubre	200,00	200,00	93,02
noviembre	7,00	207,00	2,00
diciembre	8,00	215,00	3,72
TOTAL	215,00		100,00

Tabla 1. Porcentajes de octubre-diciembre en 2013
Fuente: Gissela Guerrero (2014)

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La página web se perfiló como una plataforma cultural bien acogida en la red. La participación en “Exprésate Ibarra” despertó un comportamiento de aceptación por parte de los cibernautas. Tobón (2011, p.176), citando a García Canclini, manifiesta que conocer sobre los comportamientos, necesidades y deseos de los consumidores culturales facilita la democratización del acceso a la cultura.

Las transversalidades de la cultura permiten la construcción de un entorno ciudadano participativo. Es en esta participación del habitante en donde se genera, se transforma, transmite y se consume la cultura. “Exprésate Ibarra” existió como espacio cultural permitiendo durante su permanencia “habitar” un territorio eminentemente ciudadano, así como acercarnos a la necesidad del pronunciamiento público, fortaleciendo la identidad y el enriquecimiento cultural.

En la sociedad del conocimiento, el producto cultural genera en países en desarrollo un alto valor agregado que, combinado con potenciales aliados como el turismo, permite generar espacios de desarrollo. El espacio está creado, su credibilidad dependerá de una administración abierta y de la conducta de los habitantes en su territorialidad virtual en el futuro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuja Galindo, A. (1979). *Imbabura en la Cultura Nacional*. Ibarra: C.C.E.N.I.
- CEMAT (2006). *Guía Europea de Observación del Patrimonio Rural*. Madrid: Ministerio del Ambiente.
- Convenio Europeo del Paisaje (2000). Recuperado de [www.cidce.org/pdf/Convenio Paisaje.pdf](http://www.cidce.org/pdf/Convenio_Paisaje.pdf). Florencia.
- Gago, M. (2011). *Nuevos públicos para la cultura. Seminario Internacional Cultura y Ciudadanía*. Quito: Fundación Teatro Sucre.
- Heidegger, M. (1994). *Construir, Habitar, Pensar. Conferencias y artículos*. Barcelona: Serbal.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (s.f.). *Reseña Histórica de la ciudad de Ibarra, fichas del patrimonio arquitectónico*. Quito.
- Marchesi, A. (2010). *Carta Cultural Iberoamericana, Un proyecto cultural para la década de los Bicentenarios*. Buenos Aires: OEI.
- *Nuestra Casa. Síntesis monográfica del Núcleo de Imbabura de la Casa de la Cultura Ecuatoriana* (1999), Ibarra: C.C.E.N.I.
- Rey, G. (21/11/2011). Nuevos espacios culturales, desbordamientos urbanos y descolocaciones tecnológicas. En *Ciudadanía y Cultura*. Chía Patiño (Coord.). Quito: Fundación Teatro Nacional Sucre.
- Sánchez López, L. y Jerez García, O. (2003). El patrimonio geográfico: Reflexiones sobre el espacio como archivo, patrimonio y recurso didáctico. En *El patrimonio y la Didáctica de las Ciencias Sociales*. Ernesto Ballesteros (Coord.). España: Universidad de Castilla.
- Santos, M. (2000). *La Naturaleza del Espacio*. Barcelona: Ariel S.A.
- Sorrosal, M. T. (2005). *La memoria en los Mercados Financieros: un análisis mediante redes neuronales artificiales* (Tesis doctoral). Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Tobón, O. A. (2011). Nuevos espacios para la circulación de la producción cultural. *Los mercados culturales en Latinoamérica*. Quito: Municipio de Quito.
- UNESCO (1982). Conferencia mundial sobre las políticas culturales. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000525/052505sb.pdf>. México: UNESCO.
- Wirth, L. (2009). *El urbanismo como modo de vida*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/23727572/El-urbanismo-como-modo-de-vida.pdf>.
- Yori, C. M. (1997). La Topofilia: una estrategia para hacer ciudad de sus habitantes. En *Cuadernos de Estudios Urbanos Nro. 2*.