

ES **Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali**

EN **Design for visualizing expressions of Cali's cultural patrimony**

ITA **Design per rendere visibili le manifestazioni del patrimonio culturale di Cali.**

FRA **Design pour la visualisation des manifestations du patrimoine culturel de Cali**

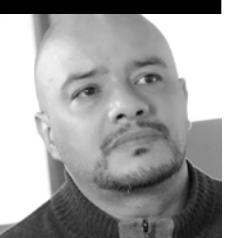
POR **Design para visibilizar as manifestações do patrimônio cultural de Cali.**

Félix Cardona Olaya

Diseño para la visibilización de las manifestaciones del patrimonio cultural de Cali

FÉLIX CARDONA OLAYA

Investigador del grupo Anudamientos de la Universidad Antonio José Camacho, Santiago de Cali.
E-mail: facardona@admon.uniajc.edu.co



ABSTRACT (ENG)

The purpose of the following short article is to establish the design requirements for a framework allowing the projection of interactive systems, where information and interaction are variables leading to making socially visible some assets pertaining to their cultural patrimony for the inhabitants of a given territory. This phenomenon involves the definition, or at least the discussion, of new and better ways of projecting design, by using information and communication technologies to achieve the community's participation, by reference to the transversal dimensions that frame the context's sensitivities. This should all be done through formative research projects involving seedbed research within institutional processes.

KEYWORDS: Rhetoric, social innovation, cultural patrimony, interaction.

RESUMEN (ESP)

El siguiente artículo corto tiene la intención de sentar los requerimientos de diseño para crear un marco que permita la proyección de sistemas interactivos donde la información y la interacción sean variables que llevan a la visibilización social de los bienes del patrimonio cultural por habitantes de un territorio. Este fenómeno implica la definición, o al menos poner en discusión nuevas y mejores formas de proyectar el diseño, al utilizar tecnologías de la información y la comunicación para lograr la participación comunitaria, en referencia a las dimensiones transversales que enmarcan las sensibilidades de contexto. Todo mediante proyectos de investigación formativa que implican la figura de semillero de investigación dentro de procesos institucionales.

PALABRAS CLAVE: Retórica, innovación social, patrimonio cultural, interacción.

RIASSUNTI (ITA)

La relazione fissa i requisiti di design per creare una tale cornice che renda possibile la proiezione di sistemi interattivi, in cui l'informazione e l'interazione sono delle variabili che portano alla visione dei beni del patrimonio culturale dalle persone di un territorio specifico. Ciò implica la definizione, oppure al meno mettere in discussione delle forme nuove e migliori per la proiezione di design, il modo di utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per migliorare la partecipazione comunitaria avendo conto delle dimensioni trasversali che emergono dai contesti specifici. Si tiene conto della presenza e necessità dei seminari di ricerca nei processi istituzionali.

PAROLE CHIAVE: Retorica, innovazione sociale, patrimonio culturale e interazione

RÉSUMÉ (FRA)

Dans ce bref article l'intention est d'établir les conditions de design pour créer un cadre permettant la projection de systèmes interactifs où l'information et l'interaction soient des variables qui conduisent à la visibilisation sociale des biens du patrimoine culturel par les habitants d'un territoire. Ce phénomène implique de définir - ou au moins de discuter - de nouvelles et meilleures façons de projeter le design en recourant aux techniques de l'information et de la communication pour obtenir la participation communautaire, en ce qui concerne les dimensions transversales qui encadrent la sensibilité au contexte. Cela au moyen de projets de recherche formatifs qui impliquent la figure de la "pépinière de chercheurs" dans les processus institutionnels. Résumé (FR)

MOTS-CLÉS: Rhétorique, innovation sociale, patrimoine culturel, interaction

RESUMO (POR)

Este breve artigo visa estabelecer os requisitos de design para criar um quadro que permita projetar sistemas interativos nos que a informação e a interação sejam as variáveis que permitem aos habitantes de um território visibilizar socialmente os bens do patrimônio cultural. Esse fenômeno implica definir, ou pelo menos discutir formas de projeção do design novas e aprimoradas, usando tecnologias das informações e a comunicação para promover a participação comunitária, no que diz respeito das dimensões transversais que enquadram as sensibilidades de contexto. Todo isso mediante projetos de pesquisa formativa que incluem a figura de núcleos de pesquisa dentro de processos institucionais.

PALAVRAS-CHAVE: *Retórica, inovação social, patrimônio cultural, interação.*

En el contexto actual somos testigos y actores de transformaciones en los modos de producción del conocimiento, en todos los campos del saber dentro de las sociedades que nos cobijan como individuos con facetas políticas, sociales, creativas y trascendentales, las cuales componen la cosmovisión cultural heredada y aceptada, y la tecnología creada y adaptada. Se configura así un mundo que cambia velozmente sus soportes del saber, ya no hay paradigmas absolutos y las tecnologías tradicionales se ven rebasadas por nuevos dispositivos o la utilización renovada y reimaginada de sí mismas.

En este sentido, se hace urgente reflexionar sobre el papel que juegan los campos del conocimiento en disciplinas con un enfoque creativo como el diseño. Cuyo objeto de estudio lo constituyen los artefactos, entendidos como sistemas que han sido pensados para ser usados en procura de mejorar una situación frente a un contexto específico y en su uso se convierten en productos gracias a una tecnología existente (Manzini, 1992). Algunos de estos artefactos en su uso adquieren la categoría de patrimonio cultural¹ gracias a los procesos relacionados con su identificación, valoración y procesos de institucionalización, ya que encarnan prácticas sociales donde se observa la forma en que la cultura se pone en práctica.

Los artefactos se configuran como registros de las formas de mantener viva la memoria colectiva de las sociedades, de traer su pasado al presente y de proyectar su futuro, consolidando las tradiciones que permiten a

¹ En Colombia el Patrimonio cultural se reconoce por la Ley General de Cultura 397 de 1997 en su art. 4, el cual dice que el Patrimonio Cultural de la Nación está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y hábitos, así como el conjunto de los bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que posean un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.

las personas participar en los ritos y valores que reflejan de manera genuina su memoria popular y su identidad cultural (García, 1999). Brindan diferenciación social y distinción simbólica mediante sistemas de integración y proyección de valores, al lograr objetivación de deseos y proporcionar sentido existencial.

Esta circunstancia permite una resignificación continua con respecto a la comunidad que representan. El conocimiento de esta cuestión deriva hacia la creación de inagotables mejoras de las formas de hacer, pensar y actuar en el diseño de estos artefactos. Ya que, al constituirse como elementos de la cultura, más allá de su uso, son significantes de los modos de vida y relación de su comunidad dentro de un contexto.

Por tanto, deben ser creados dentro de procesos de diseño abiertos y sincronizados, mas no por eso armónicos, donde la información, comunicación e interacción son variables que crean, redefinen y conforman los valores sociales contextuales que han de representar, como patrimonio cultural.

En esta visión, el diseño presenta un enfoque filosófico que tiene en cuenta el ambiente, la cultura, los procesos de producción, los materiales, su uso y los aspectos sociales que collevan. Un catalizador y orientador de las propuestas colectivas de la gente para hacer un mundo mejor, más sostenible. Las personas diseñan o rediseñan su vecindario, su negocio, su manera de asociarse, su manera de vivir (Manzini, 2009).

El papel del diseñador se amplía y se hace complejo, pues plantea escenarios para la vida cotidiana, así como nuevas ideas de bienestar. Los diseñadores se convierten en facilitadores de transformaciones que permiten modelos de desarrollo escalables y replicables que proporcionan ideas del cómo, para qué y por qué los recursos culturales de una comunidad pueden ser factores de «innovación social como impulsores de innovación tecnológica y de la producción, a través del prisma de la sostenibilidad» (Manzini y Jégou, 2009, p. 75).

En este sentido Ezio Manzini (2015) distingue el diseño difuso —que son aquellos procesos creativos proyectuales realizados por todas las personas— del diseño experto,

que es aquel proceso creativo proyectual realizado por aquellos que han sido formados como diseñadores. Estas dos dimensiones del diseño deben interactuar para desencadenar y apoyar cambios sociales significativos, centrándose en las nuevas formas de colaboración que exalten los valores culturales, históricos, geográficos y artísticos no institucionales, sino los generados por la población misma, en un abierto proceso de diseño colaborativo, cuyos alcances han de proponer nuevas soluciones y nuevos significados de lo diseñado, lo cual implica un lenguaje comprensible, traducible y medible, cuyos flujos de información toman como base funcional operativa las herramientas que ofrecen las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Estas tecnologías facilitan la creación, distribución y manipulación de la información con un rol preponderante en las actividades sociales, culturales y económicas, en las que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir información y producir conocimiento. Lo que debe propender a la mejora de tecnologías existentes o al desarrollo de nuevas formas de uso para el desarrollo de artefactos, algunos de los cuales puede llegar adquirir la categorización como patrimonio cultural.

De allí que se debe integrar, por un lado, bases de datos multimedia y la definición de métodos de navegación a través de representaciones especializadas que vinculen los intereses culturales con los individuales y, por otro, la dimensión ética del diseño que se proyecta y que ha de representar la cultura de una comunidad específica, al otorgar identidad mediante diversas connotaciones de los contextos tecnológicos, culturales y comerciales.

Lo que conlleva una relación comunicativa en el plano social donde se deben establecer interfaces que permitan un diálogo en términos de la distancia, el tiempo y los datos con el uso de las tecnologías de la información y comunicación dentro de una cultura² para alcanzar un modelo de desarrollo equilibrado en todos los componentes que avalan los artefactos catalogados como patrimonio cultural.

Al respecto, la Unesco contribuye a profundizar en el tema con la puesta en marcha de su política de protección de bienes culturales y luego con el desarrollo del concepto de patrimonio mundial³, el cual inicia un proceso de desarrollo epistemológico a partir de proyectos y eventos organizados por la Unesco junto con el Banco Mundial a

mediados de la década del 70. Se hizo un análisis costo-beneficio sobre el paradigma de desarrollo al maximizar la plusvalía económica sobre otros factores de desarrollo como los socioculturales a nivel internacional.

Entre las conclusiones de este proceso se destacan aquellas donde se afirma que el turismo como sector económico emergente puede comercializar las relaciones humanas y puede establecer relaciones comerciales que se sustituyen al intercambio intercultural (Kadt, 1991). En este mismo sentido y en concordancia con los nuevos paradigmas de desarrollo que surgieron en la década del 80, el concepto de patrimonio cultural amplía su espectro de análisis y definición, que no se constriñe solo a fenómenos económicos, sino que contempla otras facetas de la humanidad.

Este fenómeno permitió cambiar un enfoque puramente estético y monumental, a otro que se corresponde más con la noción de diversidad cultural y la variedad de expresiones culturales y naturales, al punto que, a comienzos de la década del 90, se introduce la noción de paisaje cultural (Vacheron, 2015) dentro de lo que puede llegar a ser catalogado como patrimonio cultural.

Bajo esta perspectiva, la lógica del diseño juega un papel fundamental puesto que define los parámetros de creación y uso de la cultura material que subyace a todos los elementos que conforman el patrimonio cultural. Lo anterior implica poner en discusión nuevas y mejores formas de diseñar en referencia a las dimensiones transversales que enmarcan las sensibilidades de un contexto específico.

De manera que, el uso de recursos culturales y territoriales dentro de este sector económico –el turismo– eviten que expresiones únicas de la cultura de una comunidad sean manipuladas desde una visión meramente mercantil, sin dar la oportunidad de contribuir en la construcción de su realidad y proyectar su desarrollo.

El patrimonio cultural entonces es un fenómeno sociocultural que puede ser afectado o afectar modelos de desarrollo humano debido a la necesidad de conciliar los imperativos de su conservación con las inquietudes acerca de los efectos perniciosos del turismo, como sector de la economía, lo cual establece una relación entre patrimonio, turismo y desarrollo que ha de ser diseñado a favor de un turismo sostenible que preserve el futuro del patrimonio,

2 Debe comprenderse este término como lo señala Umberto Eco (1999), quien considera a la cultura como un fenómeno esencialmente comunicativo y, por tanto, permite definir como signos todo aquello que la conforma, lo que establece una tipologización de los objetos de uso debido a la presencia de un código que permite identificar una función denotada, primaria, y una función secundaria, connotada.

3 Su noción surgió de las grandes movilizaciones y campañas de salvaguardia de los templos egipcios amenazados por la construcción del embalse de Asuán o las inundaciones catastróficas que amenazaron a la provincia de Venecia (Vacheron, 2015).

pero también el futuro de un turismo concebido como un apoyo potencial a los esfuerzos de protección y a la economía local⁴.

Esta relación de factores se convierte en un punto de interés para lo que el diseño desde su perspectiva social propone (Manzini, 2015). Por tal motivo, la propuesta de Richard Buchanan se hace muy interesante para dar parámetros de diseño de los artefactos que son susceptibles de convertirse como patrimonio cultural, puesto que su diseño debe ser contemplado desde lo que la retórica contemporánea define para sí: ser un acto mediante el cual se persuade a un público acerca de alguna «creencia sobre el pasado (como en la retórica legal), el presente (como en la retórica ceremonial), o el futuro (como en la retórica política o deliberativa)» (Buchanan, 2012, p. 2).

La retórica es el arte de moldear la sociedad para cambiar el curso de las comunidades y establecer patrones para nuevas acciones, un objetivo que el diseño contempla como disciplina en su más esencial acepción. Para lograrlo, en sus procesos siempre ha integrado a la tecnología existente, tal y como ocurre en la actualidad, especialmente con las denominadas tecnologías de la información y la comunicación.

Se contempla acá una relación entre el codiseño y sus productos: artefactos a través de los cuales se crean argumentos para, de una u otra forma, encontrar posibilidades de solución a problemas prácticos específicos y la tecnología, en este caso las TIC. Esta relación permite lo siguiente:

[que todos] los humanos participen de la retórica porque todos intentan persuadir a los otros sobre una variedad de ideas y creencias. Más aún, algunos lo hacen al azar y por casualidad, mientras que otros lo hacen con la familiaridad y el tipo de hábito producto de la experiencia. (Buchanan, 2012, p. 3)

Sin embargo, debido a que rara vez existe una solución única al problema dentro de los contextos humanos, nunca podrá existir «la solución», solo persuasiones dentro de un contexto dado. Al respecto Buchanan aclara que:

[...] las soluciones son solamente probables y pueden siempre ser cambiadas o ubicarse en oposición a otras. En este sentido, la tecnología es parte del amplio arte del diseño, un arte de pensamiento y comunicación que puede inducir a otros en un amplio rango de creencias sobre la vida práctica para el individuo y para grupos. Esta idea puede ser difícil de aceptar,

⁴ Desde 1963, en la Conferencia Mundial del Turismo de Roma, se reconoce el papel fundamental que desempeña el turismo en las economías nacionales, considerado como una gran oportunidad para los países subdesarrollados dentro de las convenciones hechas por la Unesco y sus organismos adjuntos.

especialmente para los tecnólogos que ven su práctica, quizás en parte por razones de estatus social, como una ciencia. Pero el puente de intercambio que existe entre la ciencia y la tecnología no es muy diferente del puente que ha existido entre la retórica tradicional y el campo de la ética y la política. Los retóricos son expertos en persuasión, no en filosofía ética o política, a pesar de que la persuasión eficaz puede nutrirse del conocimiento de esas áreas. (2012, p. 4)

De allí que, para el diseño y los diseñadores, la tecnología establece formas de persuasión ya que, como en la retórica, proporciona solamente argumentos sobre la vida práctica bajo diferentes perspectivas, «mediante la persuasión de los objetos y, por lo tanto, el diseño involucra la expresión vívida de ideas que compiten en la vida social» (Buchanan, 2012, p. 5). Los productos son persuasivos por se debido a que enfrentar necesidades reales supone crear proyectual y pertinentemente objetos falseables, realistas, flexibles, abiertos y críticos que implementan diferentes tecnologías. Al respecto, Medardo Chiapponi señala que el diseño como campo del conocimiento, responsable en gran medida de la cultura material, debe tener en cuenta que:

[...] se están produciendo notables novedades no solo en el modo de proyectar y realizar los productos, sino también en los productos mismos y, por lo tanto, sobre sus aspectos comunicativos. En la práctica, estas innovaciones tienen lugar en dos niveles diferentes, ambos importantes para el diseño; por una parte el de la comunicación del producto en su totalidad, su aspecto, identidad, reconocibilidad y, por la otra, el de la estructuración detallada de las interfaces comunicativas. (1999, p. 182)

Por ende, los proyectos de diseño deben encaminarse a dar solución a problemas que van más allá de la materialidad, deben asumir la responsabilidad de la identidad social y la sostenibilidad de la cultura, para ello debe trasladar su lógica creativa proyectual retórica como estrategia para lograr visibilización social de uno de los productos materiales e inmateriales más sensibles hoy en día, respecto a las relaciones glocales que se viven: El patrimonio cultural.

Definición de artefactos y significados sociales de una comunidad en contexto, cuya producción y proyección se convierten en estrategia para lograr visibilización social que se sustenta en un diálogo entre contenido y formas de expresión. Esto supone la proyección de experiencias temporales y espaciales de manera intuitiva con diferentes tipos de interacción e interpretación. En este sentido, Abraham Moles (Chiapponi, 1999, p. 24) afirma que el

mando en sus manifestaciones inmateriales existe «solo porque una pesada base material lo soporta y lo hace posible».

Entonces los artefactos que son categorizados como patrimonio cultural deben ser analizados desde una lógica de diseño que alcance más significado que el estricto de la representación, al influenciar en la actitud de quien se apropiá de su materialidad e intangibilidad. En este acto se singularizan varios procesos a partir de una determinada idea o concepto de intención en el objeto o el servicio, donde existen tanto asociaciones eidéticas como indagaciones sobre algún modelo inductivo anteriormente conocido, imaginado o proveniente de un vestigio cultural (Horta, 2012).

Una lógica de diseño que ha de comprenderse, como señala Aurelio Horta (2012), como un circuito entre dos polos. Uno dado por un pensamiento no lineal que contempla la relación entre las asociaciones eidéticas, los modelos inductivos y los vestigios culturales dentro de la experiencia y el conocimiento que el diseñador posee o construye, lo que da lugar al concepto o idea del acto de diseño, su razón genésica.

Y un segundo polo, en donde toda ideación entra a ser parte de un acto de objetivación de la dimensión cultural, la estructura social, la ideología y la ecología del contexto que se pretende trascender y sobre el cual ejercerá influencia lo ideado, alcanzando un sentido denotativo como ente de cambio que permite que el acto de diseño se produzca, llegue a ser un artefacto o un servicio (ficción) su razón especulativa.

De manera que se logre una interrelación entre las manifestaciones de patrimonio cultural con las potencialidades de las tecnologías, en el actual contexto con las TIC, de manera cercana, entendible, enseñable y constructiva mediante diferentes plataformas con contenidos procedentes de canales interactivos de Internet –blogs, microblogs, redes sociales, comunidades on line y otros entornos virtuales–, donde se configuren, en términos de experiencia, herramientas para la interacción a través de diferentes tipos de dispositivos, en una negociación lenta y flexible, donde los usuarios adquieran poder para tomar decisiones debido a que no proponen, ni han de usar una plataforma única, si no la que mejor se adapte a cada caso, para lograr así diseño de persuasiones de sustratos materiales que permitan conocer, valorar y apropiar sustratos inmateriales.

Mediante la configuración de superficies que permitan la interacción entre la comunidad y las diferentes posibles manifestaciones del patrimonio cultural actualmente reconocidas. Lo que permite la proyección de productos y servicios que satisfagan tanto nuevas exigencias como las acostumbradas, dentro un contexto social con una connotación tal que las comunidades denoten su contexto (Jolier, 2012), al «modificar profundamente tipologías de

productos de la cultura material ya establecidas desde mucho tiempo, dando vida a tipologías de productos completamente nuevas» (Chiapponi, 1999, p. 21).

Con lo cual, los dos polos de la lógica del diseño se retroalimentan en un constante fluir que solo se rompe a través de un acto de diseño, el logro de una persuasión que configura una forma y su materialidad. La ideación, de este modo, adquiere un carácter de proyección que permite la producción de un artefacto con funciones que se establecen entre las dimensiones de lo análogo y lo digital (Acher, 1999).

En otros términos, un producto y servicio, en su inmaterialidad y materialidad, describe y representa la trama de redes en evolución, donde los diseñadores crean artefactos que evolucionarán y generarán otros conocimientos, mediante proyectos de diseño escalables y replicables puesto que, como bien señalan Manzini y Jegou (2009), son los diseñadores, los detectores de señales prometedoras, en medio de un contexto cuya innovación social está desaprovechada, por lo cual pueden dar un direccionamiento para crear servicios y productos surgidos del capital social y el patrimonio cultural de la comunidad misma, para configurar construcciones sociales en permanente reformulación, con un valor de cambio producto de nuevos hábitos de consumo donde el patrimonio cultural se valida al ser instrumento de desarrollo socioeconómico y de identificación capaz de generar riqueza. En este sentido, se deben comprender las manifestaciones del patrimonio cultural como marcadores étnicos y medios de transformación económica que fluctúan entre la preeminencia de los valores de uso, la identificación de la memoria colectiva y la prevalencia de los valores sociales de la comunidad que los crea, proyecta y solventa.

Por ello, se debe lograr que la comercialización turística del patrimonio cultural a través de participación social de las comunidades recupere la memoria colectiva y la conciencia de pertenencia a una cultura, con lo cual se incrementa la autoestima como sociedad. La Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la Unesco (1997) indica que el patrimonio cultural no debe convertirse en una simple mercancía al servicio del turismo, sino que debe establecerse una relación de apoyo mutuo en donde lo «importante, en cualquier caso, no debiera centrarse tanto en rescatar el patrimonio supuestamente auténtico, como en el culturalmente representativo» (Arévalo, 2011, p. 16). Lo anterior con el fin de que las comunidades asocien su patrimonio cultural a la creación de industrias culturales que amplíen ámbitos de lo social y lo económico en el sector del turismo.

El propósito es que se configuren modelos de desarrollo basados en valores sociales, testimonios del pasado y creaciones del presente, al diversificar las fuentes de ingresos que eviten una transformación de un contexto

vivencial identitario y cotidiano en una escenografía para un consumo, dentro de sistemas que poco o nada pueden aportar a una verdadera sostenibilidad del territorio, en donde se puedan observar las formas en las que la cultura se ha puesto y se pone en práctica (García, 1999).

Esta condición se convierte en una persuasión del patrimonio cultural cuyo flujo de información permite percibir con claridad la particularidad cualitativa que define la experiencia humana de la comunidad sobre sí misma, con una interacción que, por un lado, expone aspectos del pasado que han hecho lo que es hoy y, por el otro, permita la creación dinámicas de visibilización social con el fin de conseguir un desarrollo económico y cultural.

Por tanto, siguiendo el precepto de que las tecnologías son un fenómeno presente en la vida cotidiana hoy en día, las TIC deben ser pensadas en términos de mediación que persuade, a través del diseño, a los posibles usuarios del entorno social del patrimonio cultural, mediante superficies de comunicación compuestas por planos que se superponen y contraponen dentro de un proceso inmersivo donde la imagen es la ventana que permite navegar al interior de sí misma (Jolier, 2012).

Este hecho conlleva una serie de exigencias de diseño que no se pueden separar de las comunidades que los crean, utilizan y transforman. Especialmente si se acoge el principio que formula que la «tecnología es una práctica social» (Bonsiepe, 1998) que permite diseñar modelos de desarrollo en el que todas las comunidades pueden crear, consultar, utilizar y compartir información y conocimiento de sí mismos y de su contexto.

Por esto el diseño, como la retórica contemporánea, se configura como la estrategia que ha de permitir la visibilización social del patrimonio cultural dentro de un contexto mundial que tiende hacia lo fluido y cuya mejor representación es su carácter multimedial, como experiencia, mediante soportes materiales y operacionales dentro de procesos comunicativos, los cuales permiten una representación de la realidad material adoptando símbolos y lenguajes ya establecidos y los traslada a una pantalla.

En otras palabras, se puede diseñar el patrimonio cultural mediante el uso de TIC que, como indica Buchanan, «tratan con mundos posibles y con opiniones sobre lo que deben ser las partes y el todo del medio ambiente humano» (Horta, 2012, p. 33), donde la idea del diseño es una práctica enculturada que supone una de las varias concepciones de la cultura como acción y es quizás la que mejor refleja la aspiración a una mayor complejidad de sus resultados y a la interdisciplinariedad de su práctica.

De manera que, a partir de esta reflexión, como indica Maier-Aicher, se invita a los diseñadores a que «no deben limitarse a crear productos, gráficos o interiores atractivos, sino que además deben encontrar formas novedosas de comunicación, materializando y

desmaterializando los objetos» (Jolier, 2012, p. 246) que permitan visibilización social del patrimonio cultural para lo siguiente:

- Cambiar los esquemas de conocimiento, acorde con las exigencias de nuevas situaciones y variados contextos.
- Permitir una experiencia interna de construcción interactiva entre el sujeto y su memoria.
- Desarrollar procesos, a la vez individuales y sociales, determinados por diversas condicionantes sociales, históricas y culturales.
- Procesar gradualmente los cambios cualitativos y de consolidación de saberes anteriores que se resignifican para alcanzar niveles colectivos de mayor complejidad. Estos procesos suponen el aprendizaje con y por la interacción con otros.
- Configurar redes como la estructura de interacción.
- Permitir acceso a la información de personas aisladas geográficamente.
- Posibilitar la personalización del contenido para atender a distintas capacidades, conocimientos e intereses.
- Actualizar constantemente los contenidos (Vidal, 2010).

Por todo lo anterior, desde el año 2014, dentro de la línea de investigación *Diseño, cultura y sociedad* del grupo de investigación EIDON (Colciencias D), adscrito a la Fundación Academia de Dibujo Profesional, y la línea *Imagen, Cultura y Territorio* del grupo de investigación Anudamientos (Colciencias D) de la IES Antonio José Camacho, se han trabajado proyectos de investigación y de investigación formativa mediante la figura de semilleros.

Estos proyectos se enmarcan en una práctica efectiva del diseño en donde se implica la comunidad con «actividades centradas en los procesos, y no en los objetos» (Jolier, 2012, p. 248), mediante los proyectos falseables, realistas, flexibles, abiertos y críticos donde la información, comunicación e interacción permiten visibilizar el patrimonio cultural de la ciudad de Cali en muchas de sus manifestaciones que integran las relaciones y expectativas de la comunidad con el uso de su patrimonio cultural como fuente de desarrollo sociocultural y socioeconómico.

Como primera gran conclusión que aporta a esta discusión, estos son los siguientes requerimientos de diseño para afrontar de manera pertinente, según lo

esbozado en este artículo y la experiencia en el contexto actual, proyectos de diseño para, sobre y desde las manifestaciones del patrimonio cultural (Cardona, 2014):

- Implementar accesibilidad al patrimonio cultural con el uso de TIC a partir de nuevos modelos de organización y servicios.
- Proyectar la gestión fluida de los sistemas de visibilización del patrimonio cultural al permitir un uso más intuitivo y más sencillo de comprender al involucrar de manera permanente a personas de la comunidad.
- Organizar redes de intercambio, en el mundo virtual y en el real, complementarias y sincronizadas.
- Ofrecer varios niveles de participación para muchos usuarios de forma sincrónica y apoyar el uso colectivo con responsabilidad individual.
- Promover disponibilidad al facilitar que otras personas fuera de la comunidad aprovechen los recursos dentro de una escala glocal.
- Reconocer a las personas involucradas y adaptar los servicios y productos a diferentes perfiles de usuario. Favorecer las relaciones directas, cara a cara, para llegar a acuerdos y desarrollar confianza.
- Dejar a la libre elección de las personas su grado de compromiso con la interacción y la participación voluntaria en la gestión del servicio.

HORTA, A. (2012). *Trazos poéticos del diseño*. Manizales, Colombia: Universidad de Caldas.

JOLIER, G. (2012). *La cultura del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

KADT, E. (1991). pasaporte al desarrollo perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo. Madrid, España: Ediciones Endymion. Recuperado de <http://www.worldcat.org/title/turismo- /oclc/709606630>.

MANZINI, E. (2015). *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*. Cambridge, Massachusetts: MIT press.

MANZINI, E. y Jegou, F. (2009). Servicios participativos. *Revista experimenta*, 63, 45 -76. Madrid, España: Editorial Experimenta.

PRATT, A. y Nunes, J. (2011). *Diseño interactivo*. Barcelona, España: Editorial Océano.

UNESCO (1997). *Nuestra diversidad creativa, indicaciones de la comisión mundial de cultura y desarrollo*. México: Unesco.

VACHERON, F. (2015). *Introducción a la convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.

VIDAL, E. (2012). Nuevas visualidades del diseño industrial: superficies y crítica. En *Memorias del 5º Encuentro Internacional de Investigación en Diseño 2012* (pp. 191-199). Cali, Colombia: Universidad ICESI.

REFERENCIAS

ARÉVALO, J. (2010). El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Gazeta de Antropología*, 26(1). Recuperado de https://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.html

BONSIEPE, G. (1999). *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Infinito.

BUCHANAN, R. (2013). *Declaración por diseño: retórica, argumento y demostración en la práctica del diseño*. Desing Discourse. University of Chicago Press.

CARDONA, F. (2014). El diseño como factor de innovación del espacio público. *Revista Oblicua*, 6, 8-17. Recuperado de <https://www.fadp.edu.co/wp-content/uploads/2017/06/revista-oblicua-06.pdf>

CHIAPPONI, M. (1999). *Cultura social del producto: nuevas fronteras para el diseño industrial*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.

GARCÍA, C. N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En E. Aguilar, *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33). Granada, España: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico y Fundación Machado.