



NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas

ISSN: 0121-5698

ISSN: 2357-4933

rev_novum_fadman@unal.edu.co

Universidad Nacional de Colombia

Colombia

Giraldo Palacios, Julieth

La materialización de la cultura

NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas, vol. I, núm. 8, 2018, -Junio, pp. 119-130

Universidad Nacional de Colombia

Colombia

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571360729007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La materialización de la cultura



<https://pixabay.com/es/diya-llama-celebraci%C3%B3n-l%C3%A1mpara-3006515/>

Julieth Giraldo Palacios. Estudiante de la Especialización en Gestión Cultural con énfasis en Planeación y Políticas Culturales de la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales; Diseñadora industrial de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. Correo electrónico: jugiraldopa@unal.edu.co

Cómo citar este artículo

Giraldo P, J (2018). La materialización de la cultura. NOVUM, (8-I), p.p. 119-130.

Resumen

Cada suceso histórico conlleva a un cambio cultural, que se manifiesta en expresiones materiales e inmateriales, incluyendo a los objetos como registro tangible de la memoria colectiva de la sociedad como consecuencia de la invención, creación, elaboración o manufactura y proyección de un artefacto, objeto o producto con valor cultural.

Con la expansión del mercado y la aparición de nuevas tecnologías, el concepto de cultura se ha resignificado en la actualidad como un recurso de desarrollo económico, generando con esto la aparición de disciplinas administrativas como la gestión cultural para apoyar al fortalecimiento, visibilización y circulación de las culturas a través de una adecuada planeación y siguiendo los modelos de mercado actuales. **Palabras clave:** Objeto; Cultura Material; Tecnología; Identidad; Mercado; Gestión.

Abstract

Each historical event leads to a cultural change, manifested in material and immaterial expressions, including objects as a tangible record of the collective memory of society as a consequence of invention, creation, elaboration or manufacture and projection of an artifact, object or product with cultural value.

With the expansion of the market and the emergence of new technologies, the concept of culture has now been renamed as a resource for economic development, generating with this the appearance of administrative disciplines such as cultural management to support the strengthening, visibility and circulation of cultures through proper planning and following current market models. **Keywords:** Object; Material Culture; Technology; Identity; Market; Management.

Introducción

La materialización de la cultura es una expresión que permite inferir todo tipo de manifestaciones tangibles de un grupo de personas que comparten una experiencia y participan en un proceso creativo, conformando lo que se entiende por cultura de acuerdo con la definición de la UNESCO (1970). Dentro de la reflexión sobre dicha experiencia también cabe considerar la importancia de los objetos como parte de esta materialización, la cual se transforma en la medida que cambiamos el mundo en que habitamos a través de la constante evolución tecnológica, científica y la proliferación de mercados en los diferentes modelos económicos que han existido a lo largo de la historia, especialmente en la actualidad.

Se puede pensar que cada suceso histórico conlleva a un cambio cultural, que se manifiesta en expresiones materiales e inmateriales, las cuales junto con los objetos que las acompañan hacen parte de ese registro tangible de la memoria colectiva de varios grupos de personas, decantada en la invención, creación, elaboración o manufactura y proyección de un artefacto, objeto o producto con

valor cultural. Sin embargo, existen grandes diferencias entre los objetos producidos de forma artesanal por una comunidad, y los objetos industriales, quienes tuvieron su aparición y alcanzaron protagonismo a partir de la revolución industrial.

Dado lo anterior, la intención de este escrito es aportar una visión de la cultura desde su materialización comenzando por objetos de uso cotidiano, artesanal y ancestral y mostrar el cambio de connotación y significado que ha sufrido la cultura material con la expansión del mercado y la constante aparición de nuevas tecnologías para ser valorada en la actualidad como un recurso de desarrollo económico del cual se puede obtener una ganancia lucrativa, además de beneficiar el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad. Así mismo, esclarecer cómo este cambio ha generado el florecimiento de disciplinas como la Gestión Cultural, ante la necesidad de recuperar los valores intrínsecos de toda actividad creativa, que conlleva a una manifestación cultural y permiten administrar procesos económicos y de colaboración para promover la visibilización y circulación de toda

cultura material con valor intangible utilizando el mercado como recurso para tal fin, en lugar de mercantilizar estos elementos.

En este orden de ideas, se expondrá en cuatro momentos esta evolución del significado de cultura material y la función del gestor cultural en la materialización de la cultura, comenzando por una comprensión del objeto como manifestación e evidencia histórica y cultural de la humanidad, encontrándose luego con la tecnología como muestra de la capacidad creativa del hombre, creando y mutando la materialidad del mundo, continuando con su contribución y afectación a la noción de cultura y de valor en los objetos y finalizando con la aparición de la Gestión Cultural desde el siglo XX y los caminos que debe recorrer en la actualidad para recuperar los valores culturales y la verdadera importancia de la materialización de la cultura como medio para visibilizar la identidad de las comunidades, pueblos y sociedades.

I. Los objetos y la cultura material

Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia, de otras

actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de “patrimonio cultural inmaterial” (Romero Cevallos, 2005, p. 62).

Sin embargo, también la UNESCO ha difundido el concepto de Patrimonio cultural material, el cual abarca monumentos (obras arquitectónicas, esculturas, pinturas y obras de carácter arqueológico), conjuntos (construcciones aisladas o reunidas), lugares (obras del hombre y la naturaleza) y artefactos culturales, siendo estos últimos en los que centraremos la atención puesto que se encuentran inmersos dentro de la vida cotidiana de una colectividad y son parte de la vida misma de cada individuo.

En el siglo XX Ortega y Gasset (1965) exponía en su conferencia: “El mito del hombre allende la técnica”, los motivos que, desde la prehistoria, han impulsado la creación de utensilios técnicos que sirvieron para modificar la naturaleza. Dichos motivos se pueden clasificar en dos tipos: los primeros se centraban en su

utilidad mientras que los segundos no tenían otro fin más que el de ser admirados. Estos últimos, objetos de contemplación estética, permiten evidenciar que “el sentido estético ha hecho parte de las dimensiones del ser humano” (Basave, 1992) y que, además, las concepciones existentes acerca de lo bello son subjetivas, considerando cómo el sujeto interactúa con el objeto esencialmente en función de la búsqueda de satisfacción con aquello que le es agradable a través de los sentidos (Kant, 1790), esta noción puede cambiar según la vivencia de cada generación, época y cultura.

El estudio de los objetos es de gran importancia dentro de la cultura, pues es de ellos que se sostiene el concepto de “cultura material” o “cultura arqueológica”, concepto adoptado por reconocidos arqueólogos de Gran Bretaña y EE. UU en el siglo XX:

Encontramos cierto tipo de restos - vasijas, implementos, ornamentos, ritos de entierro y formas de habitación- muy recurrentes. A este complejo de rasgos asociados lo podríamos denominar “grupo cultural” o simplemente “cultura”. Suponemos que cada uno de esos complejos es la expresión material

de lo que hoy llamaríamos un “pueblo” (Childe, 1929, pp. V-VI).

Esta afirmación presupone que los objetos son la expresión material de las manifestaciones culturales de los individuos y que, además, en ciertos casos permite diferenciar grupos étnicos y pueblos en razón de su estética particular, ya que son creados para satisfacer necesidades específicas que varían dependiendo de su uso y de la interacción que exista entre los ellos y los individuos. Los objetos reconstruyen el contexto y los personajes, son prótesis útiles y también son metáforas que permiten reconocernos como parte de alguna comunidad y sus creencias compartidas (Martin, 2002).

Así pues, podemos observar, que dentro de la gran diversidad de culturas que subsisten en un territorio, los objetos: artefactos cotidianos, de culto religioso y ceremonial, accesorios de vestuario y también el patrimonio arquitectónico constituyen “bienes tangibles que narran lo intangible” (Martín, 2002) y que podemos reconocer a través del tiempo. De esta forma, estos objetos pueden perdurar en la historia y conservarse como vestigios de

ancestros pasados, y también pueden ser transformados por la permeabilización de las culturas y los progresos técnicos y tecnológicos de la civilización, como ha sido evidente en la tecnificación de los procesos de elaboración de los objetos que antes se realizaban de forma artesanal, abriendo una brecha entre los objetos de culturas ancestrales y los objetos de la cultura industrializada, dividiendo la sociedad entre grupos étnicos (minorías) y civilización.

II. ¿Tecnología al servicio de la cultura material?

Centrándonos un poco más en la división planteada anteriormente, La historia del hombre ha evidenciado su grandiosa capacidad creativa, la cual le ha permitido evolucionar física y mentalmente, tanto que gracias a esto ha encontrado respuestas sobre su mundo y sobre sí mismo por medio del surgimiento de las ciencias como resultado de esa misma capacidad. Todo esto ha generado las bases sobre las que se sustenta la civilización actual como un entretejido acumulado de hechos y conocimientos adquiridos que se han visto traducidos en

objetos a lo largo del tiempo humano.

Por consiguiente, la existencia de estos objetos producidos por el ser humano, conforman el conjunto de la materialidad y la artificialidad, conceptos derivados de la condición anti-natural a la que llega un artefacto elaborado o fabricado a través de una serie de procesos que se incrementan superando el valor natural para transformarlo en valor social, aún con las diferencias simbólicas y expresivas de cada comunidad (urbana o rural, minoritaria o masiva). Sin embargo, la concepción de artefactos y su elaboración requiere de una técnica adquirida a través de la práctica y la experiencia que propicia el hecho de “hacer” las cosas materializando las ideas que surgen de la inventiva y la planificación consciente.

Esto significa que el mundo de lo material - artificial está condicionado por todo aquello hecho por el ser humano excediendo sus propios límites biológicos por medio de la praxis y su ilimitada capacidad instrumental y reflexiva, características que gracias a la comunicación y el hecho de vivir en sociedad son compartidas y retroalimentadas por

los demás seres humanos facilitando el desarrollo de la civilización y anidando el concepto de *tecnología* como una ciencia, la “ciencia de lo artificial” que por su disciplina misma, se convierte en una forma de vida, una actividad que cada vez se integra más a las ciencias creadas en virtud de facilitar el desarrollo de nuevas ideas, y por lo tanto, nuevos objetos.

Así pues, al encontrarse los objetos y artefactos dentro del mundo material - artificial, se van convirtiendo a la vez en “objetos tecnológicos”, pues son producto de la re-significación del objeto natural, transformándolo en cuanto al uso y los procesos, en uno artificial acompañando ese nuevo significado con una profunda reflexión que determina lo que se denomina “acción tecnológica” (Buch,1999): el acto de usar un objeto dentro de un entorno específico, y una actividad propia del hombre, diferenciándose de las demás especies porque siempre reflexiona sobre lo que hace y nunca lo repite, al contrario, lo modifica, lo condiciona, lo mejora, lo re-aplica y lo renombra.

En este orden de ideas, se podría pensar que es posible una transformación de la cultura, en cuanto a la también creciente transformación de las ideas, del juicio estético de los individuos de cada época y la misma transformación que adquieren los objetos y el patrimonio tangible, en la medida en que se inventan y reinventan procesos que tecnifican y facilitan de alguna manera el trabajo manual, dispendioso y dedicado que requería la elaboración de objetos artesanales que han sido producto de la cosmogonía y saber de los pueblos ancestrales, para dar paso a objetos valorados por sus procesos productivos y los nuevos criterios estéticos que esto genera, originándose con esto otro concepto derivado de la cultura material: la cultura tecnológica o cultura industrializada.

III. Cultura y tecnología

La tecnología ha tomado el rumbo del planeta y ha transformado el modo de vida del ser humano y su relación con el entorno, su modo de interactuar con él y con los demás seres humanos, trayendo como consecuencia el surgimiento del concepto de industria a partir de la

invención y el deseo de trascender y, por consiguiente, una transformación cultural, especialmente en las sociedades de occidente. Un ejemplo claro de este deseo de encontrar entornos habitables que permitan la trascendencia del hombre mediante los mecanismos de intervención que él ha planificado es la Revolución Industrial, cuyo desarrollo abrió una brecha hacia lo que podemos llamar hoy tecnología y que ha representado desde su surgimiento un hito en la evolución cultural, política, económica y científica de las sociedades.

Lo descrito anteriormente, se evidencia en el hecho de que las sociedades han creado una “cultura material” que está en constante cambio, así como transformaciones hay en la historia, que se alimenta de nuevo conocimiento obtenido de la práctica y la observación científica y esto, a su vez, ha influido en la concepción moderna de lo que se conoce como “cultura tecnológica”. La nueva concepción de cultura vista desde el punto de vista científico y tecnológico surge a través del concepto mismo de cultura como tal. “la cultura es una construcción del hombre que da cuenta de su existencia a través de

las generaciones, mediante un conjunto de discursos explicativos de la realidad que permiten entender los fenómenos de la relación hombre-naturaleza, hombre-hombre y hombre-sociedad” (Gallego, 1986). De acuerdo a esto, los avances tecnológicos han sido parte de esta construcción creada por el ser humano con el fin de dar cuenta de su objetivo en el mundo, por consiguiente, el conocimiento obtenido a través de las épocas genera “cultura tecnológica” al adoptar un nuevo pensamiento visionario.

Por otro lado, el concepto de cultura tecnológica hace relación a cualquier materialidad derivada del conocimiento del cual resulta un objeto creado por el hombre con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas en un entorno habitable. Así pues, al ser la tecnología un concepto cultural, la sociedad está encaminada a ser parte de ella, la cual hace que una sociedad se denomine “cultura” en cuanto comparte ese conjunto de conocimientos materializados por la ciencia y la tecnología, siendo esta interacción la razón de ser de las organizaciones industriales. Sin embargo, aún desde la visión más

tecnológica de la cultura, el ser humano sigue considerando ésta como parte de lo que expresa y genera identidad pero en un sentido más capitalista, dando connotación de cultural a lo relacionado con el entretenimiento y goce espiritual a través de objetos y servicios que no solo surgen de la capacidad creativa de las personas, sino también del lucro o la ganancia económica que se pueda obtener de ellas, pues en el mundo actual, todo tiene un valor económico más allá del espiritual incluyendo la cultura.

IV. ¿Gestionar la cultura en un mundo tecnológico?

En 1947 los filósofos Theodor Adorno y Max Horkheimer escribieron acerca de lo que llamaron la cultura industrial. Cuando analizaron los pasos que sigue un objeto industrial desde su concepción, descubrieron que no importa si el mercado final son solo unas cuantas personas o grandes masas de público. Todo objeto ya sea producido individualmente o en masa contiene un significado cultural. Eso no significa que en toda ocasión cualquiera de ellos deba ser considerado como una obra de arte. Muchas obras creadas individualmente han sido

intrascendentes, mientras algunos objetos industriales, fabricados bajo principios de la tecnología, han transformado nuestro estilo de vida, volviéndose significativos para nuestra cultura (Vallejo, s.f).

De forma conjunta, todo proceso artístico y creativo se transforma para responder a las necesidades del mercado cultural, buscando además de servir a la comunidad, promover el desarrollo económico a través de las nuevas tecnologías. Como lo sugiere Yúdice (2002) “el desarrollo económico ha involucrado a las artes y las áreas creativas en su afán expansionista por llegar a todos los grupos de personas” de esta manera, no solo se fabrican productos de consumo, también se fabrican productos con conceptos de culturas, como por ejemplo “lo étnico”, “lo hindú”, lo “de oriente” para llegar a ser llamativos e innovadores para las sociedades occidentales, y viceversa, con el fin de llegar a más mercados y vender más objetos, productos o servicios que toman como pretexto la “multiculturalidad” y el “intercambio global de culturas” para colonizar los pueblos.

Sin duda en esta era, la colonización de territorios, pueblos y culturas

aún se suscita, pero en términos de tecnología, economía y mercado de objetos; y tanto las artes como toda capacidad creativa de las personas están siendo explotadas también para este fin, de ahí el surgimiento de las “industrias creativas” y la denominación de “cultura industrializada”, ya que para sobrevivir al ataque de este gran sistema económico, los creativos (diseñadores, artistas, cineastas, etc) también se ven obligados a buscar la obtención de ganancias lucrativas a través de su trabajo creativo, de lo contrario, quedan por fuera del sistema, no son reconocidos y en el peor de los casos, la sociedad los rechaza por no ser productivos, pues no sólo basta con tener una idea, ahora el mercado exige materializarla, lo cual ha generado grandes cambios en la cultura material de las sociedades, ya que en esta época la cultura suele representarse mediante un bien material, para ser usada como un “recurso de desarrollo económico” (Yudice, 2002).

Lo anterior en parte ha generado que aparezca en las últimas décadas el concepto de gestión de la cultura, como una esperanza para aportar al resurgimiento y

visualización de culturas que se han olvidado y además, implementar procesos administrativos y gerenciales para dar orden a todo este entretreído de sociedades, pueblos, culturas, tecnología y mercado, a lo cual no puede ser ajena, pues se deben considerar los sistemas económicos y mercantilistas a lo hora de acompañar proyectos relacionados con el patrimonio arquitectónico, la cultura material e inmaterial propia de una comunidad o sociedad, incluyendo el uso de la tecnología como uno de los factores que domina el contexto mundial. De ahí radica la importancia de la interdisciplinariedad en la ejecución de un plan de gestión cultural que responda a necesidades concretas de apropiación, visualización y circulación de la diversidad de costumbres, ideas, objetos, creaciones y entornos propios de cada comunidad que conforma un grupo social de individuos, a fin de que ese “recurso” esté bien orientado al desarrollo cultural, social y económico de un país.

A modo de conclusión

Vivimos en un mundo multicultural que manifiesta su diversidad de pensamientos, contextos

territoriales, juicios estéticos, costumbres y demás expresiones que se hacen patentes a través de la materialización de dichas culturas en objetos y productos de consumo que circulan por medio del libre mercado y las políticas de desarrollo económico, por la necesidad de ser reconocidas en lugares lejanos y con esto abrirse a un mercado donde lo que se nos presenta son estos objetos y productos con “identidad” como primera fuente de conocimiento de la existencia de todas estas culturas, de ahí la importancia de reconocer a los objetos como evidencia material de la vida del hombre en el mundo.

La cultura material se ha transformado junto a las mismas culturas, que se han permeado de los desarrollos tecnológicos e industriales a través de los siglos y especialmente ha sufrido grandes cambios en cuanto a la forma en que se representa y la connotación que se le ha atribuido a partir de la revolución industrial y la implementación de modelos económicos para garantizar el intercambio de objetos, productos, bienes y servicios en los países del globo.

Finalmente, en esta época de libre mercado y expansión tecnológica lo que se compra es cultura, a través de la materialización de la identidad. Dicha materialización se da en función de la implementación de procesos tecnológicos para mercantilizar la cultura, tomando ideas, costumbres, lugares, estilos de vida, creencias como recurso de reconocimiento, desarrollo económico y expansión del mercado mundial. Por esta razón, quienes se comprometen con la cultura deben afrontar todos estos cambios constantes, conocer y organizar de forma eficiente los procesos que involucran la cultura, el mercado y la tecnología.

Los gestores y administradores de la cultura surgen en el momento en que las expresiones creativas se empezaron a manifestar de forma tangible, abriendo un nuevo mercado y tienen la función, entre muchas otras, de promover, acompañar y generar procesos encaminados a la planeación, administración de recursos económicos, circulación y visualización de las diversas expresiones de la cultura, incluyendo la cultura material a través de las políticas culturales nacionales e internacionales, pues

el encontrarse la cultura en un momento en que lo material es valorado en favor de su beneficio económico por encima del valor trascendental que tiene toda manifestación creativa, el gestor cultural tiene el deber de promover estos valores olvidados.

Referencias

- Basave, A (1992). La dimensión estética del hombre. *Thémata: Revista de filosofía*, Vol. 9, 76-83.
- Buch, T (1999). *Sistemas tecnológicos: Contribuciones a una teoría general de la artificialidad*. Cap. 2. Aique.
- Gallego, R (1986). *El trabajo pedagógico*. Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá
- Gordon Childe, V. (1929) *El Danubio en la prehistoria*, v-vi.
- Kant, I (1790). *Crítica del juicio* (1ra Ed.). Frankfurt y Leipzig.
- Martín Juez, F (2002). *Patrimonios: Revista Cuicuilco Nueva Época*, Vol. 11, No. 30. México.
- Molano, O. L. (2007). *Identidad cultural, un concepto que evoluciona*. OPERA nº7 Revista del CIPE, Universidad Externado de Colombia.
- Ortega y Gasset, J (1965). *El mito del hombre allende la técnica*. Revista de Occidente Madrid, tomo ix.
- UNESCO (1970) *Conferencia Internacional sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales*. París: Unesco.
- Vallejo, F (s.f). *Cultura industrial*.
- Yúdice, G (2002). *El recurso de la Cultura: Usos de la cultura en la era global*. P. 25,27. Gedisa Editorial.