Consultoría: Análisis del panorama actual de la comunicación y apropiación social en Parques Arqueológicos de Colombia administrados por Instituto Colombiano de Antropología e Historia

Luz Angela Aguilar Ortigoza
Laura Rocío Parra Márquez
Eliana Estefanía Vanegas Torres

Tutor:
Ana Ximena Menjura Cucunuba



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Tabla de Contenido

1. JUSTIFICACIÓN 4
2. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN (ANTECEDENTES) 5
2.1 Datos generales de la organización 5
2.2 Plataforma estratégica 5
2.2.1 Historia 5
2.2.2 Misión 6
2.2.3 Visión 6
2.2.4 Valores 6
2.2.5 Objetivos estratégicos ICANH (2023-2026) 9
2.3 Parques y ubicación 10
2.4 Organigrama organizacional 12
2.5 Desarrollo sostenible 12
3. DIAGNÓSTICO 14
3.1 Análisis DOFA situación general de la entidad - ICANH 14
3.2 Análisis de la competencia 15
3.3 Revisión de canales, medios y mensajes 20
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 24
5. OBJETIVOS 25
5.1 Objetivo general 25
5.2 Objetivos específicos 25
6. ESTADO DEL ARTE 26
7. MARCO TEÓRICO 31
7.1 Parques Arqueológicos 31
7.2 Apropiación Social 32

7.3 Patrimonio cultural 34
7.4 Comunicación estratégica 35
7.5 Comunicación digital 37
8. METODOLOGÍA 40
8.1 Enfoque de la investigación 40
8.2 Herramientas metodológicas 41
8.2.1 Análisis DOFA 41
8.2.2 Elaboración de infografías 43
8.2.3 Encuesta 44
8.2.4 Método para elaboración de las encuestas 45
8.2.5 Desarrollo y resultados de las encuestas 46
9. CONCLUSIONES 65
10. RECOMENDACIONES 67
11. REFERENCIAS 71

1. JUSTIFICACIÓN

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) es una entidad pública del orden nacional perteneciente al sector cultura, ejerce como máxima autoridad en materia de patrimonio arqueológico de la nación; la cual realiza y promueve la investigación y la divulgación de conocimientos sobre la diversidad étnica y cultural, con comunidades y grupos involucrados desde una perspectiva temporal amplia.

El ICANH tiene bajo su administración y custodia los parques arqueológicos San Agustín (San Agustín, Huila), Alto de los Ídolos y Alto de las Piedras (Isnos, Huila), Tierradentro (Inzá, Cauca), Teyuna-Ciudad Perdida (Santa Marta, Magdalena) y Santa María de La Antigua del Darién (Unguía, Chocó), que se constituyen como reservas para la protección, conservación e investigación de bienes arqueológicos, así como importantes espacios para la divulgación del patrimonio cultural de la nación, y, en el caso de los parques San Agustín, Alto de los Ídolos y Alto de las Piedras, y Tierradentro, de reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Estos parques representan un patrimonio cultural invaluable de la nación, que narran la historia de las sociedades precolombinas. Pero, más allá de su valor histórico, estos espacios también son fundamentales en la construcción de identidad y memoria colectiva, fomentando la conservación del patrimonio cultural y el sentido de pertenencia por parte de la ciudadanía.

Esta consultoría dará una dirección estratégica para comunicar y promover los parques arqueológicos de Colombia con el fin de fortalecer el reconocimiento del ICANH definiendo estrategias de comunicación claras, entendibles y accesibles para preservar el patrimonio cultural y optimizar la apropiación social de la ciudadanía con estos espacios de valor histórico.

Más allá de sus actividades académicas e investigativas, el ICANH debe involucrar a las comunidades locales en la creación y difusión de los mensajes, aprovechando sus conocimientos y tradiciones. De esta manera, el instituto logra una mayor conexión entre el trabajo que realiza, las necesidades y realidades de las poblaciones a las que sirve; al integrar las voces y perspectivas de las comunidades, el ICANH enriquece sus iniciativas y garantiza que el legado cultural de Colombia sea mejor comprendido y valorado por todos. Teniendo en cuenta lo anterior, surge la necesidad de comprender el panorama actual de la comunicación y apropiación social en los parques arqueológicos del Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

2. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN (ANTECEDENTES)

2.1 Datos generales de la organización

Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH)

Dirección sede misional: Calle 12 # 2 - 41, Bogotá D.C., Colombia

Dirección sede administrativa: Calle 12 # 2-38, Bogotá D.C., Colombia
Teléfono: + 57 601 444 0544 - Línea Gratuita nacional 018000 3426042

Línea Anticorrupción 018000 119811

Portal Web: www.icanh.gov.co

E-mail: contactenos@icanh.gov.co

Tipo de organización: Entidad pública

Cobertura: Nacional

2.2 Plataforma estratégica

2.2.1 Historia

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia es una institución de carácter científico, adscrita al Ministerio de Cultura. Desde su creación a partir del Servicio Arqueológico Nacional (1938), del Instituto Etnológico Nacional (1941) y de la fusión con el Instituto Colombiano de Cultura Hispánica (1999), el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) ha sido reconocido por la comunidad científica como la entidad encargada de proteger, conservar, divulgar e investigar el patrimonio arqueológico, antropológico e histórico de la nación. Inicialmente, tras la fusión del Servicio Arqueológico y del Instituto Etnológico Nacional en 1952, asumió el nombre de Instituto Colombiano de Antropología (ICAN) como dependencia del Ministerio de Educación Nacional y en 1968 entró a formar parte del Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura).

En el año 1994 el Instituto se articuló al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y se integró al Consejo del Programa Nacional de Ciencias Sociales y Humanas de Colciencias (hoy Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación). A partir de 1997 se estructuró como Unidad Administrativa del Ministerio de Cultura. Paralelamente, en 1997, el Instituto Colombiano de Cultura Hispánica (ICCH), creado en 1951 con el objeto de divulgar la herencia cultural de España, pasó a ser un establecimiento público adscrito al Ministerio de Cultura, y en 1999 se

fusionó con el ICAN para formar el actual Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

2.2.2 Misión

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia es una entidad pública del orden nacional perteneciente al sector cultura. Máxima autoridad en materia de patrimonio arqueológico de la nación; realiza y promueve la investigación y la divulgación de conocimientos sobre la diversidad étnica y cultural, con comunidades y grupos involucrados desde una perspectiva temporal amplia. Es un órgano asesor de la gestión y la política pública.

2.2.3 Visión

Para el año 2032 el Instituto Colombiano de Antropología e Historia se proyecta como una entidad con presencia regional fortalecida que encara los desafíos globales, reconoce las diferencias sociales, y facilita el diálogo y la gobernanza intercultural. Es referente en la producción y democratización del conocimiento; y orientador en la gestión integral del patrimonio arqueológico de la nación como un principio ordenador del territorio con enfoque sostenible.

2.2.4 Valores

Honestidad: Actúo siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

Lo que hago:

- ✓ Siempre digo la verdad, incluso cuando cometo errores, porque es humano cometerlos, pero no es correcto esconderlos.
- ✓ Facilito el acceso a la información pública completa, veraz, oportuna
- ✓ Denuncio las faltas, delitos o violación de derechos de los que tengo conocimiento en el ejercicio de mi cargo, siempre.

Lo que no hago:

- × No acepto incentivos, favores, ni ningún otro tipo de beneficio que me ofrezcan personas o grupos que estén interesados en un proceso de toma de decisiones.
- × No uso recursos públicos para fines personales relacionados con mi familia, mis estudios y mis pasatiempos (esto incluye el tiempo de mi jornada laboral, los elementos y bienes asignados para cumplir con mi labor, entre otros).

- ✗ No le doy trato preferencial a personas cercanas para favorecerlos en un proceso en igualdad de condiciones.

Respeto: Reconozco, valoro y trato de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

Lo que hago:

- ✓ Estoy abierto al diálogo y a la comprensión a pesar de perspectivas y opiniones distintas a las mías. No hay nada que no se pueda solucionar hablando y escuchando al otro.
- ✓ Atiendo con amabilidad, igualdad y equidad a todas las personas en cualquier situación a través de mis palabras, gestos y actitudes, sin importar su condición social, económica, religiosa, étnica o de cualquier otro orden. Soy amable todos los días; esa es la clave, siempre.

Lo que no hago:

- ✗ Nunca actúo de manera discriminatoria, grosera o hiriente, en ninguna circunstancia.
- ✗ Jamás baso mis decisiones en presunciones, estereotipos o prejuicios.
- ✗ No agredo, ignoro o maltrato de ninguna manera a los ciudadanos ni a otros servidores públicos.

Compromiso: Soy consciente de la importancia de mi rol como servidor público y estoy en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.

Lo que hago:

- ✓ Estoy atento siempre que interactúo con otras personas, sin distracciones de ningún tipo.
- ✓ Presto un servicio ágil, amable y de calidad.
- ✓ Escucho, atiendo y oriento a quien necesite cualquier información o guía en algún asunto público.

Lo que no hago:

- ✗ Nunca trabajo con una actitud negativa. No se vale afectar mi trabajo por no ponerle ganas a las cosas.
- ✗ Jamás ignoro a un ciudadano ni sus inquietudes.

- ✗ No llego nunca a pensar que mi trabajo como servidor es un favor, que le hago a la ciudadanía.

Diligencia: Cumplo con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.

Lo que hago:

- ✓ Siempre soy proactivo y comunico a tiempo propuestas para mejorar continuamente mi labor y la de mis compañeros de trabajo.
- ✓ Aseguro la calidad en cada uno de los productos que entrego bajo los estándares del servicio público. No se valen cosas a medias.
- ✓ Uso responsablemente los recursos públicos para cumplir con mis obligaciones. Lo público es de todos y no se desperdicia.

Lo que no hago:

- ✗ No evado mis funciones y responsabilidades por ningún motivo.
- ✗ No demuestro desinterés en mis actuaciones ante los ciudadanos y los demás servidores públicos.
- ✗ No malgasto ningún recurso público.

Justicia: Actúo con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.

Lo que hago:

- ✓ Reconozco y protejo los derechos de cada persona de acuerdo con sus necesidades y condiciones.
- ✓ Tomo decisiones estableciendo mecanismos de diálogo y concertación con todas las partes involucradas.
- ✓ Tomo decisiones informadas y objetivas basadas en evidencias y datos confiables.

Lo que no hago:

- ✗ No promuevo ni ejecuto políticas, programas o medidas que afectan la igualdad y la libertad de personas.
- ✗ No favorezco el punto de vista de un grupo de interés sin tener en cuenta a todos los actores involucrados en una situación.

- Nunca permito que simpatías, caprichos, presiones o intereses de orden personal o grupal interfieran en mi criterio, toma de decisión y gestión pública.

2.2.5 Objetivos estratégicos ICANH (2023-2026)

a. **Patrimonio arqueológico y ordenamiento territorial:** Fortalecer la gestión del patrimonio arqueológico como determinante en el ordenamiento territorial que integra múltiples dimensiones de la vida social, económica, política, ambiental y cultural para la construcción sostenible y democrática de los territorios.
b. **Vidas campesinas, prácticas socio-espaciales y vida común:** Comprender las prácticas y dinámicas sociales de las vidas campesinas y de las relaciones urbano-rurales, su especificidad socio-espacial y cultural, para la toma de decisiones en la política pública con énfasis en territorio, hábitat, alimentos, energía y agua.
c. **Diferenciación social y lucha contra la discriminación:** Avanzar en la comprensión de las relaciones y dinámicas sociales que generan procesos de diferenciación y jerarquización social con el fin de incidir en políticas y gestión pública incluyentes que superen diferentes formas de discriminación.
d. **Presencia regional y fortalecimiento de las capacidades institucionales para el cambio:** Fortalecer las capacidades organizacionales e institucionales en investigación, divulgación, fomento, infraestructura, articulación interinstitucional, gestión pública y administrativa para robustecer la presencia regional, disminuir brechas de desigualdad social y garantizar derechos.
e. **Conocimiento público para la construcción de la paz:** Fortalecer los procesos de producción, coproducción, fomento y divulgación del conocimiento y la investigación interdisciplinaria en la esfera pública con un enfoque de construcción de la paz.
f. **Apropiación e innovación social para la gobernanza intercultural:** Promover la participación de la ciudadanía y las organizaciones sociales en los procesos misionales con el fin de generar apropiación e innovación social, y aportar a la gobernanza intercultural.

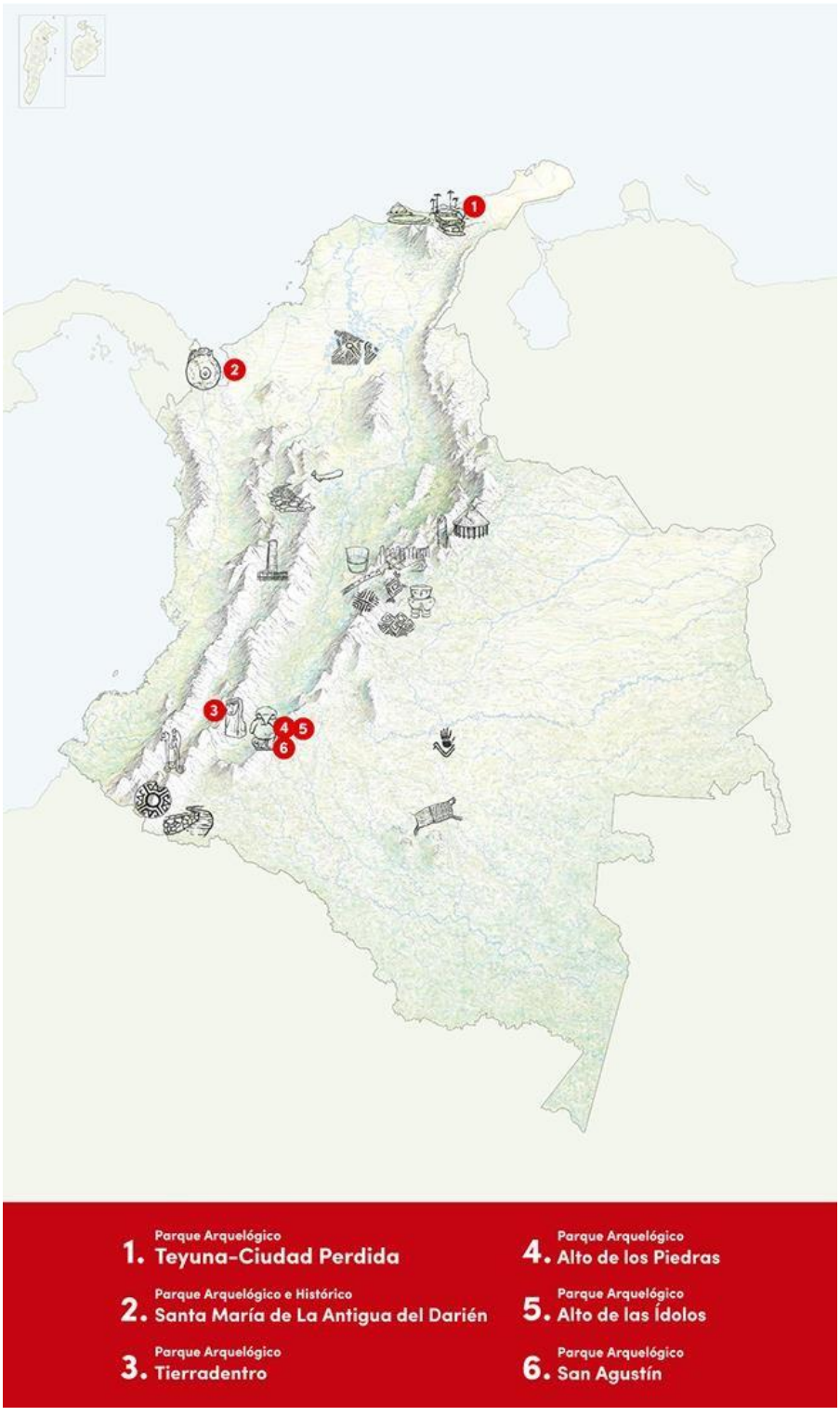
2.3 Parques y ubicación

Los parques arqueológicos son espacios que representan la riqueza cultural y patrimonial de la nación, los cuales albergan vestigios arqueológicos de gran valor, lo que los convierte en museos al aire libre, propiciando la visita regular del público, convirtiéndolos en escenarios de exposición y diálogo entre diversas culturas. El ICANH, como entidad responsable de la administración y custodia de estos tesoros históricos, vela por su preservación y promoción. Bajo su tutela se encuentran los siguientes parques arqueológicos, ubicados en diferentes regiones del país:

1. Parque Arqueológico Teyuna: ubicado en la Sierra nevada de Santa Marta
2. Parque arqueológico Santa María de la Antigua del Darién: ubicado en el municipio de Unguía– Chocó
3. Parque arqueológico Tierradentro: ubicado en el municipio de Inzá – Cauca
4. Parque arqueológico Alto de las Piedras: ubicado en el municipio de Isnos – Huila
5. Parque arqueológico Alto de los Ídolos: ubicado en el municipio de Isnos – Huila
6. Parque arqueológico San Agustín: Ubicado en el municipio de San Agustín – Huila

Figura 1

Mapa ubicación de Parques Arqueológicos de Colombia

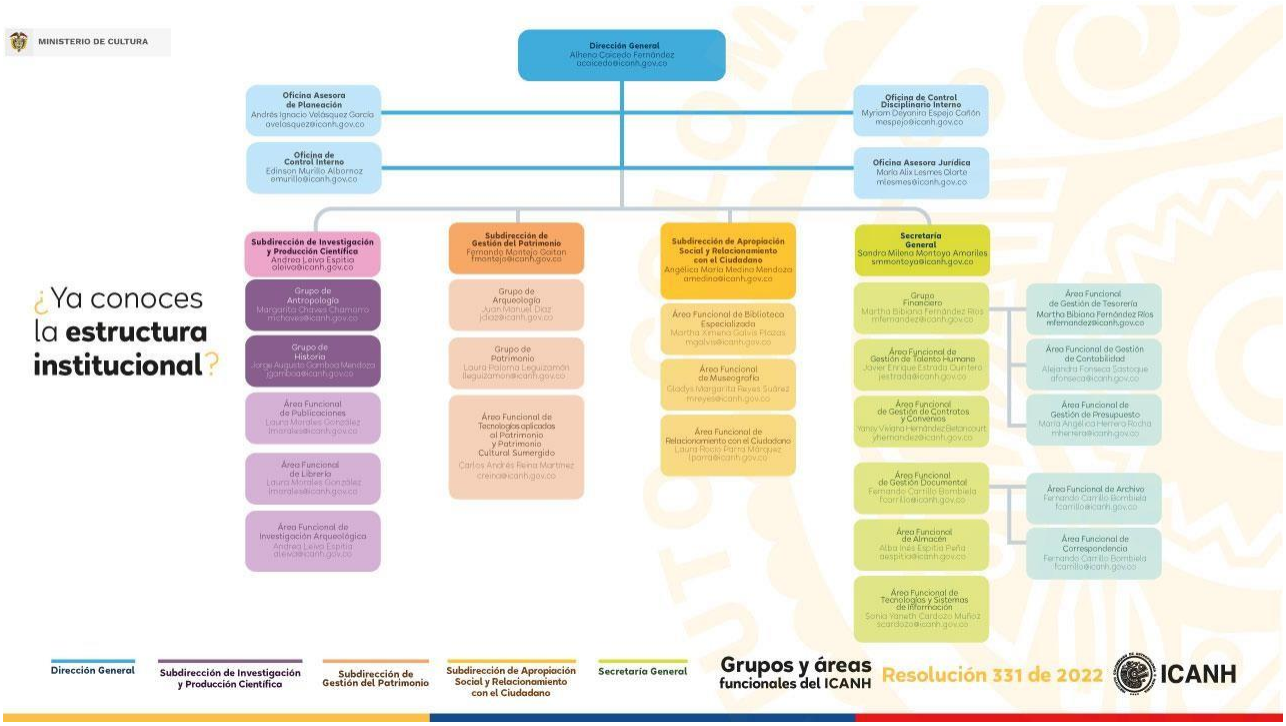


Fuente: Página web, Parques y áreas arqueológicas protegidas ICANH (2019)

2.4 Organigrama organizacional

Figura 2

Organigrama organizacional



Fuente: Documentación interna ICANH.

2.5 Desarrollo sostenible

El ICANH, como institución de investigación y salvaguarda del patrimonio cultural colombiano, ha adoptado un enfoque de desarrollo sostenible en sus operaciones y programas. Esto se alinea con los principios establecidos en la Carta de Burra, un documento fundamental en la conservación del patrimonio cultural.

La Carta de Burra resalta la importancia de mantener la autenticidad y la integridad de los sitios patrimoniales, así como de involucrar a las comunidades locales en su gestión y conservación. El ICANH ha integrado estos principios en su labor, buscando equilibrar las necesidades de preservación del patrimonio con el desarrollo socioeconómico de las comunidades que lo habitan.

La Carta de Burra, en sus preguntas orientativas, destaca la importancia de la conservación del patrimonio cultural al afirmar*:*

"¿Por qué conservar? Los sitios de significación cultural enriquecen la vida del pueblo, proveyendo a menudo un profundo e inspirador sentido de comunicación entre comunidad y paisaje, con el pasado y con experiencias vividas." (Carta de Burrá, 1981).

3. DIAGNÓSTICO

A continuación, presentamos el diagnóstico comunicacional realizado en el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH). Para desarrollar este diagnóstico, se empleó una metodología integral que abarca diversas herramientas, iniciando con un análisis DOFA en dos frentes, uno relacionado con la situación general de la entidad y otro enfocado en la gestión comunicativa, además se realizó un análisis de la competencia, una revisión a los canales, medios de comunicación y a la plataforma estratégica del ICANH, identificando los objetivos, valores y mensajes clave que la institución busca transmitir, así como la aplicación de encuestas a empleados y visitantes de los parques y a la población general.

El ICANH muestra fortalezas en su jerarquía organizativa estructurada para la comunicación interna, pero enfrenta debilidades en la falta de estrategias específicas y posibles brechas de comunicación que se ven reflejadas externamente de acuerdo con los grupos de valor y de interés alrededor de los parques. Externamente, ICANH se beneficia de una sólida presencia en línea y servicios diversos, pero no todos los actores acceden a estas tecnologías y podría mejorar con esfuerzos de divulgación amplios y accesibles para todos, incluyendo enfoques diferenciales.

3.1 Análisis DOFA situación general de la entidad - ICANH

DOFA
Fortalezas 1. Reconocida experiencia en la protección, conservación e investigación del patrimonio arqueológico, antropológico e histórico. 2. Diversa gama de productos y servicios que incluyen investigación, publicaciones, parques arqueológicos, museos y facilidades bibliotecarias. 3. Historia institucional sólida e integración en el sector cultural nacional. 4. Amplios recursos bibliotecarios con más de 56,000 volúmenes disponibles para investigadores y el público.
Debilidades

1. Acceso limitado a tecnologías de la información en ciertas áreas donde se encuentran los parques arqueológicos. 2. Posibles desafíos en avances tecnológicos para mejorar métodos de investigación y preservación. 3. Dependencia de financiamiento público para investigaciones y actividades. 4. Necesidad de mayor reconocimiento y visibilidad del patrimonio cultural colombiano a través de la tecnología.
Oportunidades 1. Creciente conciencia pública e interés en la preservación del patrimonio arqueológico y cultural. 2. Potencial para asociaciones con otras instituciones para proyectos de investigación colaborativos. 3. Adopción de tecnologías avanzadas para mejorar capacidades de investigación y alcance. 4. Demanda de democratización del conocimiento y prácticas sostenibles de gestión del patrimonio.
Amenazas 1. Cambios en políticas que afecten el financiamiento y la autonomía. 2. Fluctuaciones económicas que impacten los recursos disponibles para proyectos arqueológicos. 3. Cambios legales que puedan afectar las actividades de investigación y preservación. 4. Competencia de otras instituciones o fuentes alternativas de información histórica y arqueológica.

3.2 Análisis de la competencia

En el marco de esta consultoría, se hizo un análisis de la competencia para comprender el panorama del turismo cultural y natural en Colombia. Según Michael Porter (1980) "la competencia es esencial para el funcionamiento eficaz de una economía de mercado", en este sentido el análisis de la competencia nos permite comprender en profundidad el panorama

competitivo en el que se desenvuelve la empresa cliente, identificando sus principales competidores, sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta.

Este análisis permitió identificar los Parques Naturales como los principales competidores de los parques arqueológicos, los cuales representan uno de los mayores atractivos turísticos y son una importante fuente de biodiversidad y conservación; estos parques se extienden desde la selva amazónica hasta los nevados de la cordillera de los Andes, pasando por la costa caribeña y el pacífico colombiano. Esta experiencia turística puede rivalizar directamente con los parques arqueológicos del país; aunque la belleza de los parques nacionales y reservas naturales es evidente, la importancia de la conservación del patrimonio cultural no debe quedar en un segundo plano.

Los parques arqueológicos brindan la oportunidad de explorar y apreciar los vestigios de las antiguas civilizaciones que habitaron estas tierras mientras que los parques nacionales permiten a los visitantes sumergirse en la riqueza natural y biocultural de Colombia, fomentando la apropiación social del patrimonio, ya sea a través de la conexión emocional con los sitios arqueológicos o con los ecosistemas y paisajes protegidos. Esta dualidad representa una valiosa oferta turística que atrae a viajeros interesados en descubrir la diversidad cultural y natural de Colombia, convirtiéndolos en competidores directos y complementarios en el mercado del turismo cultural.

Tabla 1.

Cuadro comparativo parques arqueológicos VS parques Nacionales más cercanos a los parques arqueológicos

Parques Arqueológicos	Parques Nacionales
Parque arqueológico Alto de los Ídolos: ubicado en el municipio de Isnos – Huila	✓ Parque Nacional Natural Selva de Florencia ✓ Parque Nacional Natural Tatamá ✓ Parque Nacional Natural Nevado del Huila ✓ Parque Nacional Natural Las Orquídeas ✓ Parque Nacional Natural Complejo Volcanico Doña Juana – Cascabel ✓ Parque Nacional Natural Las Hermosas Gloria Valencia de Castaño

	✓ Parque Nacional Natural Puracé ✓ Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya ✓ Parque Nacional Natural Los Nevados ✓ Santuario de Flora Isla de la Corota ✓ Santuario de Flora y Fauna Galeras ✓ Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos
Parque arqueológico e histórico Santa María de la Antigua del Darién: ubicado en el municipio de Unguía – Chocó	✓ Parque Nacional Natural Utría ✓ Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga ✓ Parque Nacional Natural Sanquianga ✓ Parque Nacional Natural Munchique ✓ Parque Nacional Natural Los Katíos ✓ Parque Nacional Natural Farallones de Cali ✓ Santuario de Fauna y Flora Malpelo ✓ Parque Nacional Natural Gorgona
Parque arqueológico Tierradentro: ubicado en el municipio de Inzá – Cauca	✓ Distrito Nacional de Manejo Cabo Manglares ✓ Distrito Nacional de Manejo Integrado Yurupari – Malpelo ✓ Parque Nacional Natural Utría ✓ Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga ✓ Parque Nacional Natural Sanquianga ✓ Parque Nacional Natural Munchique ✓ Parque Nacional Natural Los Katíos ✓ Parque Nacional Natural Farallones de Cali ✓ Santuario de Fauna y Flora Malpelo ✓ Parque Nacional Natural Gorgona

Parque arqueológico Teyuna – ciudad perdida: ubicado en la Sierra nevada de Santa Marta	✓ Parque Nacional Natural Bahía Portete – Kaurrele ✓ Santuario de Fauna Acandí, Playón y Playona ✓ Parque Nacional Natural Corales de Profundidad ✓ Santuario de Flora y Fauna Los Colorados ✓ Parque Nacional Natural Paramillo ✓ Santuario de Flora y Fauna El Corchal ¨El Mono Hernández¨ ✓ Santuario de Flora y Fauna Ciénaga Grande de Santa Marta ✓ Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta ✓ Parque Nacional Natural Old Providence McBean Lagoon ✓ Parque Nacional Natural Macuira ✓ Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos ✓ Vía Parque Isla de Salamanca ✓ Parque Nacional Natural Corales del Rosario y de San Bernardo ✓ Parque Nacional Natural Tayrona
San Agustín: Ubicado en el municipio de San Agustín – Huila	✓ Parque Nacional Natural Yaigojé Apaporis ✓ Parque Nacional Natural Amacayacu ✓ Parque Nacional Natural Serranía de los Churumbelos ✓ Parque Nacional Natural Río Puré ✓ Reserva Nacional Natural Puinawai ✓ Reserva Nacional Natural Nukak ✓ Parque Nacional Natural La Paya

	✓ Parque Nacional Natural Cahuinarí ✓ Parque Nacional Natural Alto Fragua Indi Wasi ✓ Santuario de Flora Plantas Medicinales Orito Ingi – Ande ✓ Parque Nacional Natural Serranía de Chiribiquete

Fuente: Elaboración propia

Los Parques Naturales representan un competidor importante para los Parques Arqueológicos; sin embargo, se debe destacar que ambos tipos de espacios ofrecen experiencias únicas, cada uno cuenta con características distintivas; dicho esto, se definió que la amenaza de productos o servicios sustitutos y la entrada de nuevos competidores es baja, ya que la experiencia que ofrecen los parques arqueológicos está basada en patrimonio cultural por lo que es única y la clave para mejorar la apropiación y reconocimiento de los Parques Arqueológicos radica en la oferta turística, haciendo énfasis en su importancia cultural y en la posibilidad de crear experiencias turísticas integrales.

Figura 3

Ubicación de parques naturales cercanos a parques arqueológicos



Nota: El mapa presentado fue modificado con la ubicación de los parques naturales cercanos a los parques arqueológicos de Colombia. Fuente: ICANH

3.3 Revisión de canales, medios y mensajes

Se realizó la identificación de los canales, medios y mensajes usados por el ICANH para dar a conocer los parques arqueológicos a nivel nacional, mediante la revisión de material disponibles en internet.

Según Navarro (2023), “El objetivo central de la investigación debe ser el análisis crítico del papel de la comunicación en todos los niveles de funcionamiento, sin omitir sus relaciones con la dominación interna y la dependencia externa y el estudio de nuevos canales, medios, mensajes, situaciones de comunicación, etc., que contribuyan al proceso de transformación social.” (p.10) haciendo especial énfasis en la necesidad de analizar críticamente el rol de la comunicación en todos sus niveles, incluyendo sus vínculos con la dominación interna y la dependencia externa.

En este contexto, la revisión de canales de comunicación externa se convierte en una parte fundamental de esta investigación para comprender las estrategias de comunicación de las organizaciones y su impacto en la sociedad.

- **Manual de identidad**

El ICANH cuenta con manual de identidad, una guía integral que define y protege su imagen corporativa. Este manual establece los parámetros para el uso correcto del logotipo, el símbolo que representa gráficamente a la institución, la paleta de colores, la tipografía y otros elementos visuales que reflejan la esencia de la institución: su compromiso con la investigación, conservación y difusión del patrimonio cultural colombiano, manual que cumple con las especificaciones dictadas por función pública.

Figura 4

Logotipo oficial ICANH



Fuente: Manual de identidad ICANH

- **Canales de comunicación**

Figura 5

Canales de comunicación ICANH



Fuente: elaboración propia

- **Equipo de comunicaciones**

Identificamos que, si bien el ICANH cuenta con un equipo de comunicaciones, este no se encuentra formalmente establecido dentro de la estructura organizacional. A pesar de contar con estrategias comunicativas, estas carecen de una figura central que las coordine y respalde. Esta situación podría generar dificultades como desarticulación en las estrategias comunicativas, dificultar la transmisión efectiva de los mensajes y lograr una correcta identificación de los mensajes que corresponden a cada una de las áreas misionales. Además, puede representar una dificultad para tomar decisiones oportunas y estratégicas. La ausencia de un líder en el área de comunicaciones podría obstaculizar la toma de decisiones oportunas y estratégicas.

- **Página web**

  El ICANH cuenta con una página web en la cual publica toda la información normativa, proyectos de investigación, revistas científicas, además de un portal infantil. Al tratarse de una entidad del estado vela por el derecho fundamental de acceso a la información pública. Sin embargo, al revisar la información de parques arqueológicos, se evidencia que no cuenta con un repositorio de información que determine la importancia de estos sitios y que sea de interés común de los ciudadanos interesados en visitarlos, ya que se encuentra dispersa en varias secciones, lo cual dificulta la experiencia del usuario y es un canal de comunicación que no está siendo aprovechado.

Tabla 2

Matriz de Canales de Comunicación del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH)

Canal de comunicación	***Descripción***	***Características actuales***	***Propuesta de mejora***
Redes sociales	*Facebook*	*35 mil seguidores*	*28mil me gusta*
	Instagram	*23.1 mil seguidores*	*3.807 publicaciones*
	Youtube	*9,6 K suscriptores*	
	X		
Apps	*Geoparques*		*Dar mayor difusión*

Fuente: Elaboración propia

En conclusión, encontramos información valiosa pensada para diversos canales de comunicación, con mensajes clave claros y efectivos. Sin embargo, no se evidenció una estrategia integral que los unifique y maximice su impacto.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los parques arqueológicos de Colombia representan la historia y la cultura de los habitantes del país, ofreciendo una valiosa oportunidad para la educación y el turismo. Sin embargo, se ha identificado que la población colombiana desconoce en gran medida estos parques arqueológicos y su importancia. Este desconocimiento por parte de la población local limita el potencial de estos sitios patrimoniales para promover la educación histórica y cultural, así como para impulsar el turismo sostenible en las regiones donde se ubican. Por lo tanto, es necesario abordar esta problemática y desarrollar estrategias que permitan dar a conocer y posicionar los parques arqueológicos de Colombia entre la población, de manera que puedan ser valorados y disfrutados tanto por los colombianos como por los visitantes extranjeros.

4.1 Necesidades

- ✓ Apropiación social de conocimientos.
- ✓ Estrategias de comunicación para promocionar el patrimonio cultural de los parques arqueológicos.
- ✓ Intenciones comunicativas, fortalecer el reconocimiento del ICANH.
- ✓ Caracterización de ciudadanías.
- ✓ Público interno, ¿cómo me comunico con las ciudadanías?
- ✓ Sensibilización de estrategias comunicativas.

4.2 Pregunta problema

¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades para mejorar la comunicación y la apropiación social de los Parques Arqueológicos de Colombia por parte de las comunidades locales y los visitantes?

Esta pregunta aborda aspectos clave como:

1. Identificar los principales problemas o desafíos en la comunicación y apropiación social actual de los parques arqueológicos.
2. Determinar las oportunidades existentes para fortalecer la conexión y el compromiso de las comunidades locales y los visitantes con estos espacios.
3. Analizar los factores que influyen en la apropiación social de los parques arqueológicos.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo general

Posicionar a los parques arqueológicos como centros interculturales y territoriales que fomenten la generación, circulación y apropiación de conocimientos y saberes mediante la implementación de estrategias de comunicación integrales enfocadas en la conservación patrimonial, la apropiación social, la educación y la divulgación.

5.2 Objetivos específicos

Evaluar el estado actual de la comunicación estratégica implementada por el ICANH para los parques arqueológicos.

Reconocer estrategias de comunicación que permitan incentivar la participación comunitaria, territorial e intercultural para la generación, documentación y circulación de los conocimientos y saberes alrededor de los patrimonios integrados que generen apropiación social.

Formular recomendaciones por medio de un documento de consultoría para los procesos de comunicación y mediación que respondan a las realidades interculturales de los parques, tomando como línea base el diagnóstico y los resultados obtenidos con esta investigación.

6. ESTADO DEL ARTE

En este apartado se realiza una revisión profunda del estado del arte en torno a la comunicación y apropiación social en los parques arqueológicos de Colombia. Se busca analizar las investigaciones previas que han hablado de esta temática, tomando como base teórica la apropiación social, las teorías de la comunicación y los aportes del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH). De igual manera, se incorporan las perspectivas de autores relevantes como Armand Mattelart y Néstor García Canclini para enriquecer la comprensión del estado del arte y comprender las investigaciones realizadas bajo estos conceptos como una guía para el abordaje de esta consultoría.

En el contexto colombiano, diversas investigaciones han explorado la dinámica comunicativa y los procesos de apropiación social en parques arqueológicos. Entre ellas, se destaca el libro "Lineamientos para la gestión patrimonial de sitios con arte rupestre en Colombia" de Diego Mauricio Martínez Celis (2015), publicado por el Ministerio de Cultura de Colombia y premiado por el programa nacional de estímulos 2013 a la tesis o trabajo de grado de programas de posgrado, especialización, maestría o doctorado en patrimonio cultural. Este documento establece lineamientos para la gestión y protección integral de estos sitios con valoración histórica, abarcando tanto su aspecto material (artes rupestres, ubicaciones) como su significado cultural (valor histórico). La investigación de Martínez Celis (2015) respalda esta perspectiva al establecer una fuerte relación entre la apropiación social del patrimonio cultural y la comunicación abordando la gestión patrimonial no solo desde la conservación física de los sitios, sino que también reconoce el papel fundamental de las comunidades en la identificación, valoración y salvaguarda de sus bienes y manifestaciones culturales.

Martínez Celis propone un enfoque inclusivo, diverso y participativo que facilita los encuentros entre el Estado y las comunidades. De esta manera, el autor plantea tres áreas estratégicas para la generación de apropiación social en estos espacios: participación, educación y comunicación, las cuales constituyen pilares importantes en la construcción de identidad cultural.

En el marco de esta investigación, el Ministerio de Cultura (2005) define el concepto de cultura en relación con la interacción entre territorio, memoria y comunidad. El territorio se entiende como el espacio natural culturalmente apropiado por la sociedad humana, el cual contiene diversos elementos culturales. La memoria, por su parte, se refiere a la acumulación de

experiencias, saberes, actos y pensamientos que articulan y cohesionan la cultura de una comunidad, y que esta transmite a través del tiempo. Finalmente, la comunidad es la agrupación de personas que se interrelacionan en un territorio y tiempo determinados, y que valoran y permiten la transmisión de dicha memoria (Ministerio de Cultura, 2005; Cuervo, 2006).

Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente, Luis Mauricio Cuervo González (2006) en su investigación “Globalización y territorio” publicación de las Naciones Unidas, expone que la relación entre los cambios culturales y las transformaciones económicas con impacto territorial es un tema de gran importancia que merece ser analizado. Si bien no existe una clara relación de causalidad establecida, es crucial entender cómo estos fenómenos se entrelazan e influyen mutuamente.

Luis Mauricio Cuervo González señala la manera en que se interviene la cultura sobre el territorio se da a través de los medios de comunicación, la publicidad y el entretenimiento, que ponen en contacto formas y modos de vida lejanos. Esto crea estereotipos culturales que se imitan y dan lugar a la aparición de nuevas formas urbanas. Estos cambios físicos pueden servir de aval o medio para transformaciones sociales más amplias, Néstor García Canclini (1999).

En este sentido el autor consideró relevante conocer los procesos de formación y cambio de los patrones culturales, sus repercusiones sobre el espacio físico y sus impactos en las condiciones de vida de los grupos sociales que conviven con estas modificaciones, a fin de comprender de manera integral la relación entre cultura y territorio.

Ahora bien, Néstor García Canclini (1999) en su obra "La Globalización Imaginada", plantea que la cultura ya no puede ser entendida solo como un conjunto de prácticas y tradiciones fijas, sino como un "proceso de producción, circulación y consumo de significados". En este sentido, la cultura está estrechamente vinculada a los procesos de apropiación, valorización y reelaboración simbólica de los espacios por parte de los grupos sociales, esto se relaciona directamente con la definición de territorio propuesta por Cuervo, donde el espacio adquiere significados y usos específicos, tanto a nivel simbólico como instrumental, a partir de las dinámicas de los grupos humanos.

Ambos autores coinciden en que la cultura y el territorio son construcciones sociales, en constante transformación, a través de las cuales los individuos y colectivos configuran sus identidades, prácticas y formas de habitar el mundo.

Por lo tanto, la articulación entre la conceptualización de territorio de Cuervo y los planteamientos de García Canclini sobre la cultura en el contexto de la globalización, permite comprender de manera más integral cómo los espacios son apropiados, significados y disputados por los diferentes actores sociales.

Desde esta perspectiva, el análisis crítico que Mattelart y Dorfman realizan sobre las caricaturas del Pato Donald se enmarca en las inquietudes de Canclini por comprender cómo los grupos populares se apropian y reinterpretan los mensajes transmitidos a través de los medios de comunicación masiva.

En el libro "Para Leer al Pato Donald", Mattelart y Dorfman (1972) realizan un análisis crítico de la cultura popular, específicamente de los mensajes transmitidos a través de las caricaturas del Pato Donald, argumentando que estas caricaturas que parecen inofensivas, en realidad transmiten ideologías dominantes y estereotipos que buscan moldear la identidad y la realidad de la sociedad. Si bien, no usan el término "apropiación social" específicamente, en el análisis realizado al Pato Donald se hace una reflexión sobre la relación entre la cultura popular, la comunicación y la construcción de la identidad, mostrando cómo los mensajes que consumimos a través de los medios de comunicación pueden influir la construcción de nuestra identidad.

Este tipo de análisis se alinea con la propuesta de Canclini de entender la cultura popular como un espacio de negociación y disputa, donde los sectores subalternos no son simplemente receptores pasivos, sino que desarrollan estrategias para resignificar los bienes culturales según sus propias lógicas y necesidades. La lectura crítica de Mattelart y Dorfman sobre el Pato Donald revela cómo los medios de comunicación pueden influir en la construcción de la identidad, pero también cómo los públicos populares pueden reinterpretar estos mensajes de maneras inesperadas.

Las teorías de Néstor García Canclini sobre la cultura popular y la apropiación social de los bienes culturales proporcionan conceptos pertinentes para entender la estrategia de apropiación social del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia, a través de su Política de Apropiación Social, publicada en diciembre del año 2023, expone el concepto de apropiación social como *"el proceso mediante el que, a partir de la memoria histórica, el conocimiento, la identidad colectiva y el territorio, se generan acciones de gobernanza local para la salvaguardia,*

protección, conservación, investigación, divulgación y sostenibilidad de objetos, espacios, prácticas, formas de conocimiento y expresión sobre el patrimonio arqueológico y biocultural en una perspectiva integral." ICANH (2023)

Ampliando lo anterior, el ICANH presenta la estrategia de apropiación social buscando fortalecer la valoración y gestión del patrimonio cultural, entendiendo el patrimonio como una realidad viva que forma parte de los grupos sociales y sus dinámicas, más allá de una visión monumentalista, reconociendo también el patrimonio como un movilizador de la memoria histórica, identidad colectiva y territorio, contribuyendo de esta manera a la construcción de tejido social y al ejercicio de los derechos culturales.

Finalmente, el ICANH propone 3 líneas estratégicas para dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en su política de apropiación social: 1. Circulación de conocimientos y saberes para la valoración del patrimonio 2. Participación y gestión comunitaria del patrimonio 3. Ordenamiento territorial alrededor de los patrimonios; afirmando que la circulación de conocimientos y saberes es fundamental para la valoración y gestión del patrimonio cultural y que es necesario promover estrategias que impulsen el diálogo entre el conocimiento especializado y los saberes populares/ancestrales/comunitarios, reconociendo su igual valor. Esto permitirá una mejor comprensión y apropiación social del patrimonio desde la diversidad étnica y cultural.

El texto del ICANH sobre la apropiación social del patrimonio cultural puede enmarcarse dentro de las teorías de Henry Jenkins sobre la cultura participativa y la convergencia de medios, donde los grupos sociales se involucran activamente en la creación, circulación y transformación de los contenidos culturales.

En su libro "Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red", Henry Jenkins investiga acerca del impacto de la convergencia mediática en la sociedad, desde una perspectiva estratégica, invitando a las organizaciones a comunicarse de manera efectiva proponiendo un enfoque más participativo y transmedia en las estrategias de comunicación y explorando los efectos que se presenten en diversos aspectos de la sociedad, diferentes públicos y las formas de consumo cultural, reconociendo a las audiencias como participantes activos en la construcción del significado y la difusión del contenido, logrando a través de su investigación la iniciativa para el desarrollo de estrategias innovadoras, participativas y efectivas, que permitan conectar de manera significativa en la era digital.

Las teorías de Jenkins sobre la cultura participativa, la convergencia de medios y la inteligencia colectiva proporcionan un marco conceptual relevante para entender la iniciativa de apropiación social del patrimonio cultural planteada por el ICANH.

7. MARCO TEÓRICO

A partir de este punto, con el fin de profundizar en la comprensión de los Parques Arqueológicos de Colombia, su patrimonio cultural y la apropiación social desde un enfoque de comunicación digital y estratégica, se presentarán definiciones de conceptos clave relacionados con esta consultoría. Estas definiciones se basan en el análisis de diversos autores expertos en la materia.

La intención es brindar herramientas conceptuales necesarias para abordar los retos y oportunidades de la comunicación en la promoción de estos espacios patrimoniales mediante un lenguaje claro y preciso, se busca establecer un marco teórico que sirva de base para el desarrollo posterior de estrategias de comunicación efectivas.

7.1 Parques Arqueológicos

Según Nuria Sanz (2020), arqueóloga y experta en patrimonio mundial, jefa de la Sección de Patrimonio Cultural de la UNESCO, quien investiga y aborda los conceptos, funciones y desafíos relacionados con los parques arqueológicos a nivel internacional considera que los parques arqueológicos son áreas protegidas que albergan sitios y restos arqueológicos de importancia histórica y cultural, son espacios cumplen un rol fundamental en la preservación y divulgación del patrimonio cultural de una región, es decir, los parques arqueológicos juegan un papel clave en la conservación del legado arqueológico y su difusión al público.

Así mismo, Antonia Gómez (2019), coordinadora del Programa de Participación Comunitaria en el Instituto Nacional de Patrimonio de Ecuador, reconocida por su enfoque innovador y su compromiso con lograr que las comunidades locales sean agentes fundamentales en la gestión sostenible de los parques arqueológicos de su país, resalta la importancia de involucrar a las comunidades locales en la toma de decisiones y el desarrollo de actividades dentro de los parques arqueológicos. Esto fomenta la apropiación y el compromiso de las comunidades con la preservación de su patrimonio. Este enfoque innovador demuestra que la participación de las comunidades locales es fundamental para la gestión sostenible de los parques arqueológicos.

Luisa Fernández (2018), Doctora en Arqueología y Gestión del Patrimonio Cultural, investigadora en el Departamento de Estudios Culturales de la Universidad Nacional, especialista

en la conservación y puesta en valor de sitios arqueológicos, con un enfoque en la planificación y gestión de parques arqueológicos, afirma que los parques arqueológicos "buscan conservar y poner en valor el legado arqueológico, brindando al público la oportunidad de conocer y disfrutar de estos sitios". Esta idea se conecta con las consideraciones de Nuria Sanz, ya que los parques arqueológicos tienen como objetivo primordial la preservación y divulgación del patrimonio cultural. Además, Luisa Fernández enfatiza que estos espacios permiten que el público pueda acceder y disfrutar de los sitios arqueológicos.

Las tres autoras coinciden en la importancia de los parques arqueológicos como espacios de preservación y divulgación del patrimonio cultural, así como la relevancia de involucrar a las comunidades locales en su gestión para lograr una preservación sostenible de este legado. Existe una clara conexión entre los conceptos presentados para cada autora, formando un panorama integral sobre el rol y los desafíos de los parques arqueológicos.

7.2 Apropiación Social

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), reconoce y posiciona la Apropiación Social como un proceso imprescindible para fortalecer el conocimiento y la divulgación de la diversidad de lo que somos como nación y de nuestro patrimonio, así como de manera sistémica potenciar su salvaguardia, protección, conservación, investigación, activación, divulgación y sostenibilidad. Teniendo en cuenta lo anterior y respondiendo a las realidades sociales y regionales, se presenta la Política de Apropiación Social que busca generar lineamientos para la promoción y fortalecimiento de la apropiación social en la gestión de la entidad desde un enfoque situado, comunitario y diferencial, partiendo de una perspectiva de patrimonios integrados.

“La apropiación social del conocimiento es entendida como un proceso de comprensión e intervención de las relaciones entre tecnociencia y sociedad, construido a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento” (Colciencias, 2010: 22).

En el artículo "Apropiación social del conocimiento: Una nueva dimensión de los archivos" (Marín Agudelo, 2012), se plantea la sociedad del conocimiento como un nuevo paradigma social donde la generación, difusión y apropiación del conocimiento son claves para el desarrollo individual y colectivo.

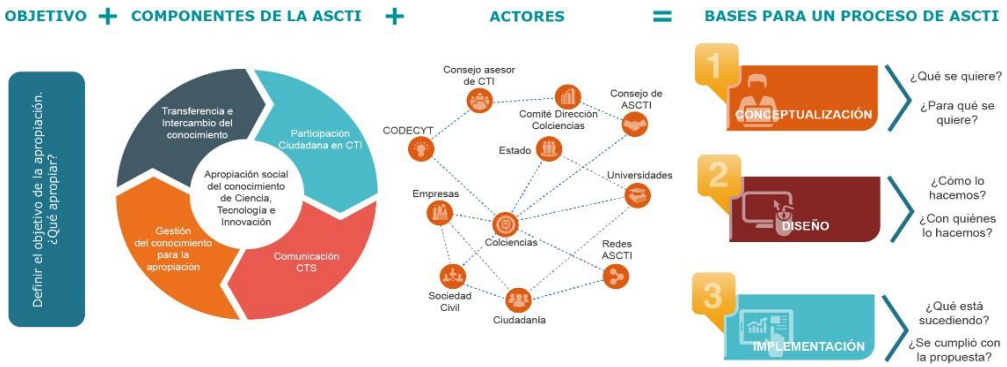
Los parques arqueológicos, a través de la recuperación de la memoria y la difusión del patrimonio cultural, permiten la construcción de sentido de identidad y ciudadanía entre los visitantes. La información contenida en estos espacios ya sea a través de piezas arqueológicas, exposiciones o actividades educativas, puede ser utilizada por los individuos para comprender su pasado, presente y futuro, y así fortalecer su arraigo a la comunidad y al país.

En este sentido, el artículo de Marín aporta elementos valiosos para comprender la importancia de la apropiación social de los parques arqueológicos de Colombia al reunir, conservar y difundir información sobre el patrimonio cultural, destacando algunos puntos clave como los repositorios de memoria colectiva que pueden ser utilizados por investigadores, educadores y público en general para construir una identidad individual y colectiva que permita a los visitantes de los parques conectar con su pasado y recuperar el patrimonio cultural del país. (Colciencias, 2010)

La apropiación social del conocimiento es el fundamento de cualquier forma de innovación, porque el conocimiento es una construcción compleja, que involucra la interacción de distintos grupos sociales (De Greiff y Maldonado, 2010). La producción de conocimiento no es una construcción ajena a la sociedad; se desarrolla dentro de ella, a partir de sus intereses, códigos y sistemas.

Figura 6

¿Qué es la Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación? - MinCiencias



Fuente: Estrategia Nacional de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (2010)

La Política para la gestión, protección y salvaguardia del patrimonio cultural en Colombia establece como objetivo central la apropiación social del patrimonio, como estrategia fundamental para garantizar su protección y salvaguarda efectiva (Ministerio de Cultura, 2010). La apropiación social se define como el conjunto de acciones que facilitan el encuentro entre el Estado y las comunidades para construir una visión incluyente del patrimonio cultural de la nación. Esta política se implementa a través de tres áreas estratégicas: participación, educación e información.

7.3 Patrimonio cultural

El abordaje conceptual del patrimonio cultural en Colombia se ha nutrido de los aportes de importantes académicos y expertos en la materia. En primer lugar, autores como Néstor García Canclini (1999), pionero en los estudios culturales latinoamericanos, han señalado la necesidad de comprender el patrimonio como un "lugar de la memoria" y un "espacio de negociación de significados". Esta perspectiva permite entender el patrimonio como un campo de disputa simbólica, donde confluyen diversos actores, intereses y narrativas en torno a la herencia cultural.

Por otra parte, el antropólogo Guillermo Bonfil Batalla (1982), reconocido por sus trabajos sobre la identidad y la cultura indígena, ha enfatizado en la importancia de reconocer el patrimonio cultural de los pueblos originarios como parte integral del patrimonio nacional. Esto implica visibilizar y valorar las manifestaciones culturales de las comunidades étnicas, más allá de los cánones occidentales tradicionalmente impuestos.

Asimismo, el historiador Jaime Jaramillo Uribe (1964), uno de los principales exponentes de la escuela de los Annales en Colombia, ha resaltado el papel del patrimonio cultural en la construcción de la memoria histórica y la identidad nacional. Desde su perspectiva, el estudio y la preservación del patrimonio son fundamentales para comprender los procesos de formación y transformación de la sociedad colombiana.

En conjunto, estos aportes conceptuales han sido determinantes en la consolidación de un enfoque integral del patrimonio cultural en Colombia, que reconoce su carácter diverso, dinámico y su importancia como recurso para el desarrollo sostenible y la construcción de una ciudadanía intercultural. Este enfoque busca trascender las visiones tradicionales y homogéneas

del patrimonio, para abrazar la riqueza y complejidad de las múltiples expresiones culturales presentes en el país.

Guillermo Bonfil Batalla y Jaime Jaramillo Uribe, coinciden en la importancia del patrimonio cultural, especialmente el de los pueblos indígenas y étnicos, para la construcción de la identidad y la memoria nacional en Colombia.

Mientras Bonfil Batalla hace énfasis en la necesidad de visibilizar y valorar las manifestaciones culturales de las comunidades étnicas, más allá de los cánones occidentales, Jaramillo Uribe resalta el papel del patrimonio cultural en la comprensión de los procesos de formación y transformación de la sociedad colombiana.

Ambos aportes han sido fundamentales para consolidar un enfoque integral del patrimonio cultural en Colombia, que reconoce su diversidad y su relevancia para el desarrollo sostenible y la construcción de una ciudadanía intercultural.

7.4 Comunicación estratégica

La comunicación estratégica es un campo de estudio que ha sido abordado por diversos autores, quienes han explorado sus principios, características y aplicaciones en diferentes contextos. En este marco teórico, se abordarán las principales contribuciones de los autores seleccionados:

James Mcnamara (2012): destacado académico australiano y consultor en el campo de la comunicación estratégica. En su trabajo, enfatiza la importancia de alinear la comunicación con la estrategia general de la organización. Plantea que la comunicación estratégica debe ir más allá de la simple transmisión de mensajes, y debe centrarse en lograr objetivos específicos que contribuyan al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Mcnamara también destaca la relevancia de medir el impacto de las iniciativas de comunicación estratégica para poder ajustar y mejorar continuamente las estrategias, enfatiza la necesidad de alinear la comunicación con los objetivos organizacionales y de involucrar a las partes interesadas.

Jesús Martín-Barbero (2009): reconocido académico colombiano, teórico de la comunicación que ha realizado importantes contribuciones al estudio de la comunicación estratégica. Propone que la comunicación estratégica debe considerar las dinámicas socioculturales y las relaciones de poder que subyacen en los procesos comunicativos. Para este autor, es fundamental comprender los contextos particulares en los que se desarrolla la comunicación, así como las interacciones entre los diferentes actores involucrados. Martín-

Barbero también enfatiza la importancia de abordar la comunicación estratégica desde una perspectiva interdisciplinaria, que integre aportes de diversas áreas como la sociología, la antropología y los estudios culturales.

Conexiones entre Macnamara y Martín-Barbero, Ambos resaltan la importancia de la comunicación para la apropiación social y la democratización del acceso al patrimonio cultural; Macnamara enfatiza la alineación de la comunicación con los objetivos organizacionales, mientras que Martín-Barbero subraya la necesidad de atender a las realidades e interpretaciones de las audiencias.

Rafael Alberto Pérez (2012): es un experto en estrategia y comunicación que ha realizado importantes aportes al campo de la comunicación estratégica. En su trabajo, plantea que la comunicación estratégica debe ser entendida como un proceso de negociación y construcción de significados compartidos. Para este autor, la interacción y la participación de los públicos son fundamentales en la definición de los objetivos y las estrategias comunicativas. Pérez también destaca la importancia de desarrollar una visión integrada de la comunicación, que considere tanto los aspectos operativos como los aspectos estratégicos.

Sandra Massoni (2009): es una destacada investigadora en el campo de la comunicación estratégica. En su trabajo, propone abordar la comunicación estratégica desde un enfoque socio-cultural, que permita identificar y comprender las lógicas de los diferentes actores involucrados. La autora enfatiza la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación que se adapten a las particularidades de cada contexto, y que consideren las transformaciones culturales y las dinámicas de poder presentes en los procesos comunicativos. Según Massoni, este enfoque integral de la comunicación permite a las organizaciones desarrollar una comprensión más profunda de sus públicos y fortalecer los vínculos con ellos. Para Massoni, la comunicación estratégica trasciende la mera transmisión de información y se enfoca en la construcción de significados compartidos y la generación de espacios de diálogo y acción conjunta entre la organización y sus diferentes grupos de interés.

Pérez y Massoni han desarrollado perspectivas teóricas y metodológicas para analizar los procesos comunicativos en contextos organizacionales y sociales, vinculando aspectos culturales, políticos y tecnológicos. Esto permite establecer puentes con los trabajos de Mcnamara y García Canclini sobre la intersección entre cultura, comunicación y sociedad.

Néstor García Canclini (2004): es un destacado investigador en el campo de los estudios culturales que ha realizado importantes aportes al estudio de la comunicación estratégica. En su trabajo, resalta la importancia de la comunicación estratégica en la construcción de identidades y la negociación de significados en el marco de la globalización. Para este autor, es fundamental considerar las transformaciones culturales y las dinámicas de poder en el diseño e implementación de estrategias comunicativas, de manera que se puedan abordar de manera efectiva los desafíos y las oportunidades que plantea el contexto actual.

En su obra "Culturas Híbridas", García Canclini (1989) señala que "los intercambios interculturales mediados por las tecnologías han generado nuevas formas de apropiación y reelaboración simbólica lo cual dialoga con los análisis de Mcnamara sobre el impacto de los medios en la cultura.

En este sentido, García Canclini (2004) afirma que "las prácticas comunicativas están imbricadas en las transformaciones culturales y los conflictos sociales", lo cual dialoga con los planteamientos de Pérez y Massoni sobre la comunicación estratégica y su dimensión sociocultural.

En resumen, este marco teórico presentado pone de manifiesto la complejidad y la multidimensionalidad de la comunicación estratégica, destacando la necesidad de considerar aspectos como la alineación con la estrategia organizacional, la comprensión de los contextos socioculturales, la construcción de significados compartidos y la adaptación a las particularidades de cada situación.

7.5 Comunicación digital

La comunicación digital ha transformado profundamente la forma en que las instituciones culturales, como los parques arqueológicos, se relacionan con sus públicos.

Autores como Manuel Castells (1996) propone la teoría de la "sociedad red" donde argumenta que las tecnologías digitales han transformado la forma en que se organiza y se comunica la sociedad. Según Castells (2009), "la red constituye la nueva morfología social de nuestras sociedades" P.505, lo que implica que las relaciones sociales, económicas y políticas se estructuran en torno a redes digitales interconectadas a escala global. En este sentido, los parques arqueológicos se ven impulsados a adoptar estrategias de comunicación digital para promover el conocimiento y la valoración de su patrimonio cultural dando lugar a una nueva dinámica de flujos de información, conocimiento y poder que trascienden las fronteras físicas.

En esa línea, Jesús Martín-Barbero (2002) se centra en la idea de "mediación cultural" para comprender los procesos de comunicación digital. Sostiene que los medios de comunicación no son meros canales de transmisión, sino que actúan como "mediadores" que filtran, transforman y resignifican los contenidos culturales P.228, desde esta perspectiva, las tecnologías digitales no solo permiten el flujo de información, sino que también moldean las formas de percepción, interpretación y apropiación de la realidad por parte de los usuarios. Esto implica que los parques arqueológicos deben repensar sus formas de interacción y mediación cultural, a fin de responder a las expectativas y hábitos de consumo de las audiencias digitales.

Por su parte, Néstor García Canclini (2001) introduce el concepto de "hibridación cultural" para comprender los procesos de comunicación digital. Según el autor, la convergencia de las tecnologías digitales ha dado lugar a la "hibridación" de diferentes sistemas culturales, lo que ha generado nuevas formas de expresión y significación P. 14, esto implica que las identidades y las prácticas culturales se redefinen constantemente en un entorno digital caracterizado por la mezcla y la interacción de diversas influencias.

Canclini (2004) también señala que la convergencia de los medios digitales ha generado "nuevas formas de producción, circulación y apropiación del patrimonio". En este contexto, los parques arqueológicos deben explorar el potencial de las plataformas digitales para democratizar el acceso al patrimonio, fomentar la participación ciudadana y generar experiencias de aprendizaje significativas.

Finalmente, autores como Henry Jenkins (2008) introduce el concepto de "cultura de la convergencia" para analizar la comunicación digital. Argumenta que la convergencia de medios, plataformas y audiencias ha dado lugar a una nueva dinámica de participación y colaboración entre los usuarios P. 27, esto ha generado un panorama en el que los usuarios ya no son meros consumidores pasivos, sino que se convierten en "prosumidores" activos que producen, comparten y reinterpretan los contenidos digitales.

Jenkins también destaca el rol de las "culturas participativas" en la construcción de narrativas y representaciones en torno al patrimonio cultural, esto implica que los parques arqueológicos deben propiciar espacios de co-creación y diálogo con sus visitantes a través de las herramientas digitales, fortaleciendo así su vínculo con las comunidades.

En resumen, estos autores han desarrollado enfoques teóricos complementarios para comprender la comunicación digital. Mientras que Castells destaca la importancia de las redes y

los flujos de información, Martín-Barbero enfatiza el papel de los medios como "mediadores" culturales. Por su parte, García Canclini resalta la hibridación cultural resultante de la convergencia digital, y Jenkins analiza la cultura participativa que emerge en estos entornos.

El marco teórico aquí presentado, señala la importancia de comprender la comunicación como una oportunidad para ampliar el alcance y accesibilidad de los parques arqueológicos en Colombia en el marco de una visión participativa del patrimonio cultural.

8. METODOLOGÍA

En este apartado se encuentra la metodología aplicada en esta consultoría por medio de una investigación cualitativa que cumplió con el propósito de identificar los retos en comunicación que debe enfrentar el ICANH para promover la apropiación social en los parques arqueológicos de Colombia.

8.1 Enfoque de la investigación

Para abordar la necesidad de mejorar la comunicación interna y externa en el área misional de apropiación social del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), se eligió un enfoque cualitativo de investigación, buscando de este modo obtener una comprensión global de la situación actual de la comunicación en el ICANH; esto nos permitió identificar las fortalezas y debilidades de la comunicación interna y externa, así como las necesidades y expectativas de los diferentes públicos objetivo, con base en los resultados de la investigación, se podrán implementar acciones de mejora específicas y darles el contexto adecuado para su implementación. Estas acciones estarán orientadas a fortalecer la comunicación interna, mejorar la difusión del conocimiento antropológico e histórico, y aumentar la participación de la comunidad en las actividades del ICANH.

La investigación cualitativa busca comprender la complejidad de los fenómenos sociales desde la perspectiva de los participantes (Creswell, 2018). Este tipo de metodología se basa en un paradigma interpretativo, que considera la realidad como una construcción social, subjetiva y dinámica (Patton, 2015). Los principales enfoques metodológicos cualitativos incluyen la teoría fundamentada, el estudio de caso, la etnografía, la fenomenología y la investigación-acción, cada uno de los cuales aporta perspectivas únicas para abordar problemáticas de diversa índole (Strauss & Corbin, 1990; Yin, 2018).

Estos enfoques se caracterizan por la recolección de datos detallados, el análisis inductivo y la búsqueda de la comprensión profunda de los significados que los participantes otorgan a sus experiencias (Creswell, 2018; Patton, 2015).

La metodología cualitativa es fundamental para comprender en profundidad los aspectos sociales, culturales y experienciales relacionados con el patrimonio arqueológico y cultural. Esta aproximación permite:

1. Exploración en detalle: La investigación cualitativa posibilita una exploración en profundidad de las percepciones, significados y experiencias de los visitantes, trabajadores, comunidades locales y ciudadanía en general respecto a los parques arqueológicos y el patrimonio cultural.
2. Contexto y significado: Aporta una comprensión enriquecida del contexto social, histórico y cultural en el que se enmarca el patrimonio, así como de los significados que este tiene para los diferentes grupos de interés.
3. Participación y voz: Facilita la inclusión y la representación de las voces y perspectivas de los diversos actores involucrados, como visitantes, trabajadores, comunidades locales e incluso grupos históricamente marginados.
4. Procesos y dinámicas: Ayuda a comprender los procesos, dinámicas y transformaciones que tienen lugar en torno a la gestión, conservación y puesta en valor del patrimonio cultural.

Por lo anterior, se considera el enfoque cualitativo de investigación como la mejor opción para lograr los objetivos de esta consultoría, pues así podemos ver la situación actual e identificar las necesidades y expectativas de los diferentes públicos objetivo, y desarrollar acciones de mejora efectivas y sostenibles en el tiempo.

8.2 Herramientas metodológicas

En la etapa diagnóstica de la investigación, se seleccionaron cuidadosamente diversas herramientas metodológicas para obtener una comprensión profunda del ICANH, a continuación, se detalla su contenido y autores más influyentes.

8.2.1 Análisis DOFA

El análisis DOFA, también conocido como análisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), es una herramienta estratégica utilizada para evaluar los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una organización (Martínez & Milla, 2012). Albert Humphrey desarrolló este modelo a principios de la década de 1960, liderando un proyecto de investigación en la Universidad de Stanford (Humphrey, 1960).

A lo largo de los años, el análisis DOFA se ha convertido en una herramienta ampliamente utilizada en la planificación estratégica de diversas organizaciones, desde empresas privadas hasta instituciones públicas y sin fines de lucro (Gürel & Tat, 2017). Su simplicidad y

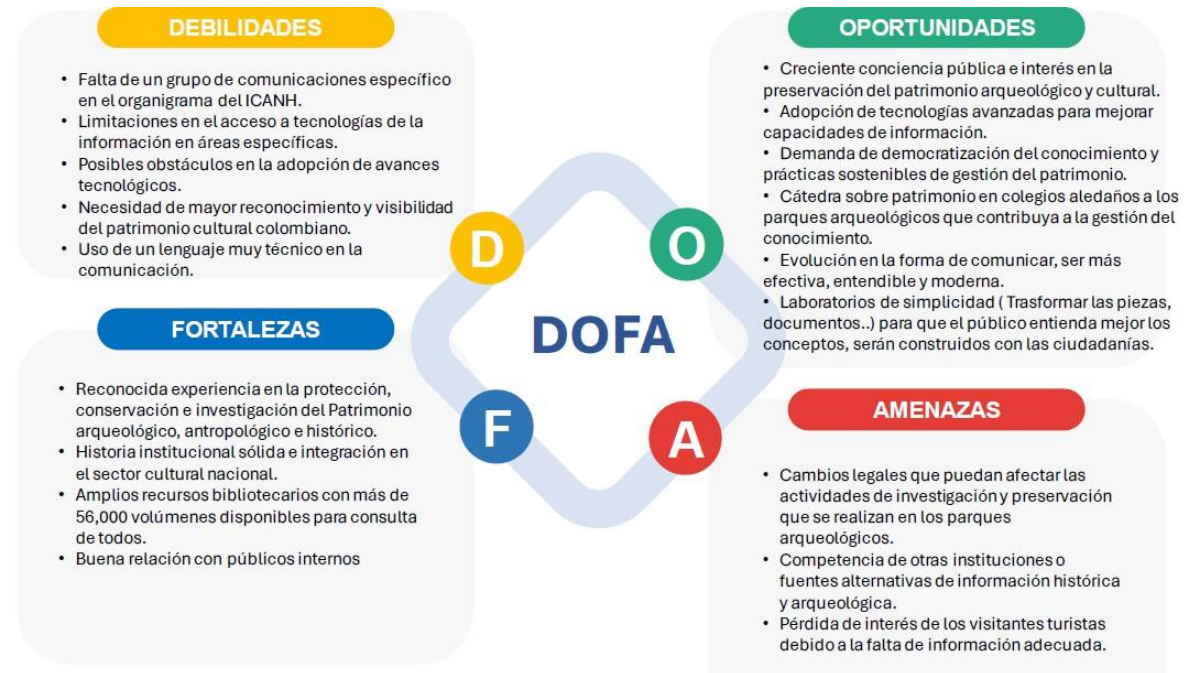
versatilidad la han convertido en un recurso indispensable para la toma de decisiones y la formulación de estrategias competitivas.

Para comprender la situación actual del ICANH y formular recomendaciones sólidas para optimizar su gestión comunicativa, para el desarrollo de esta investigación, se realizó un análisis DOFA enfocado en la gestión comunicativa.

Este análisis nos permitió identificar y analizar las Debilidades y Fortalezas de una organización (factores internos), así como las Oportunidades y Amenazas del entorno (factores externos) (David, 2013). Esta información es crucial para formular estrategias efectivas que aprovechen las fortalezas, minimicen las debilidades, exploten las oportunidades y mitiguen las amenazas (Wheelen & Hunger, 2012).

Figura 7

Análisis DOFA gestión comunicativa – ICANH



Fuente: Elaboración propia

Al enfocar el análisis en la parte comunicacional, logramos desglosar con mayor precisión los aspectos relacionados con la comunicación interna y externa, la imagen pública y la estrategia de difusión del mensaje institucional, esta doble perspectiva nos permitió comprender a fondo la realidad actual de la institución, identificando sus puntos fuertes y débiles, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta en su entorno, definiendo bases sólidas para formular recomendaciones con mayor peso y relevancia, y poder asegurar que estas se ajusten a las necesidades específicas del ICANH y a su contexto actual.

8.2.2 Elaboración de infografías

Edward R. Tufte, ha dedicado gran parte de su obra a explorar el potencial de las infografías como herramienta metodológica de investigación argumentando que las infografías pueden comunicar información compleja de manera clara, precisa y convincente, convirtiéndose en un recurso invaluable para investigadores en diversos campos (Tufte, E. R. 1990) Siguiendo estos principios, decidimos realizar una infografía para condensar información referente a la plataforma estratégica del ICANH de manera corta y clara.

Figura 8

Infografía Situación actual ICANH



Fuente: Elaboración propia

Esta infografía se realiza con el objetivo de sintetizar la plataforma estratégica del ICANH, para brindar un panorama general de los parques, sus valores y en qué se enfoca su desarrollo sostenible. Se presenta mediante un diseño visualmente atractivo, con un lenguaje claro y didáctico, sintetizando y destacando aspectos claves de su misión y visión.
Esto permite hacer un mapeo general de la entidad facilitando la comprensión de sus procesos e identificación de la relación del que hacer del ICANH y los parques arqueológicos de Colombia a través de los valores que la sustentan.

8.2.3 Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación más ampliamente utilizadas en las ciencias sociales y del comportamiento (Fowler, 2013). Según Babbie (2020), la encuesta "es un método de recopilación de datos en el que se formulan preguntas a las personas y sus respuestas constituyen los datos de la investigación" (p. 212). Esta técnica permite a los investigadores recopilar información sobre conocimientos, actitudes, creencias, valores, preferencias, comportamientos y otras características de una población de interés (Creswell & Creswell, 2018).

El diseño y la implementación de una encuesta eficaz implican una serie de consideraciones metodológicas clave. Primero, es importante definir claramente los objetivos de la investigación y formular preguntas que aborden de manera precisa los temas de interés (Groves et al., 2009). Además, la selección de una muestra representativa de la población objetivo es fundamental para garantizar la validez y generalización de los resultados (Fowler, 2013).

Siguiendo las recomendaciones de expertos como Dillman et al. (2014), la estructura del cuestionario se diseñó para iniciar con preguntas sencillas y avanzar gradualmente hacia temas más complejos, esto busca facilitar la comprensión y el interés de los participantes, maximizando la tasa de respuesta y la calidad de los datos recopilados. Krosnick & Presser (2010) por otro lado enfatizan en la importancia del orden y la redacción de las preguntas para minimizar sesgos y obtener información precisa.

Por ello, se dedicó especial atención a la formulación clara y objetiva de cada pregunta, haciendo uso de un lenguaje claro que evite influir en las respuestas. Finalmente, Groves & Lyberg (2010)

señalan que el modo de administración de la encuesta también puede afectar la calidad de los datos. En este caso, se consideraron las características de los parques arqueológicos y el acceso a internet en las zonas aledañas, determinando la necesidad de implementar diferentes formatos para la recolección de información.

La encuesta es una herramienta poderosa para la investigación social y del comportamiento, siempre y cuando se diseñe y se implemente de manera rigurosa y sistemática. Al seguir las pautas metodológicas establecidas por expertos en el campo, los investigadores pueden obtener datos de alta calidad que les permitan responder a sus preguntas de investigación de manera confiable. Para reforzar la consultoría y obtener datos concretos sobre la percepción y apropiación social de los parques arqueológicos, se implementaron tres encuestas en formatos adaptados a las características de cada público objetivo, trabajadores de los parques, visitantes de los parques y población general, lo que permitió obtener datos concretos sobre la percepción y apropiación social de los parques arqueológicos, considerando las características de cada público objetivo.

8.2.4 Método para elaboración de las encuestas

a. Identificación del Objetivo

Definir el propósito del cuestionario, como recopilar comentarios sobre la efectividad de la comunicación interna o evaluar las percepciones de las partes interesadas externas.

b. Desarrollo de Preguntas

Formular preguntas claras y concisas relacionadas con las prácticas de comunicación, las necesidades de las partes interesadas o las mejoras organizacionales basadas en las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en el análisis DOFA.

c. Estructura

Organizar el cuestionario en secciones que se centren en diferentes aspectos como la comunicación, la utilización de tecnología y la promoción del patrimonio cultural.

d. Opciones de Respuesta

Ofrecer una variedad de formatos de respuesta, incluidas preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas para recopilar datos cuantitativos y cualitativos.

e. Distribución y Recopilación de Datos

Determinar el público objetivo del cuestionario, ya sea personal interno, actores externos o público general, y elegir canales de distribución apropiados como correo electrónico, plataformas en línea o encuestas físicas.

f. Análisis y Retroalimentación

Consolidar y analizar las respuestas para identificar tendencias, áreas de mejora e ideas accionables para mejorar las estrategias de comunicación dentro de ICANH.

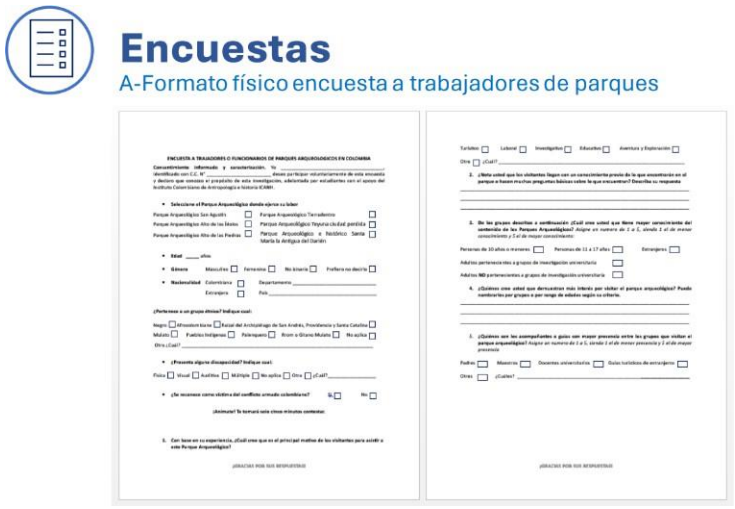
8.2.5 Desarrollo y resultados de las encuestas

A continuación, presentamos las encuestas realizadas a trabajadores de parques arqueológicos, sus visitantes y ciudadanía en general para analizar el nivel de apropiación social y conocimiento del patrimonio cultural que los salvaguardan y sus resultados.

a. **Encuesta física para trabajadores de los parques:** Esta encuesta se distribuyó de forma presencial a los empleados de los parques, considerando la dificultad de acceso a internet en algunas zonas. Debido estas barreras de acceso en algunas zonas rurales, se enviaron vía terrestre por medios de transporte no convencionales, enfrentando desafíos como fuertes lluvias que afectaron las encuestas físicas, y se debieron enviar nuevamente para garantizar la recolección de datos.

Figura 9

Formato físico encuesta a trabajadores de parques (Anexo 1)



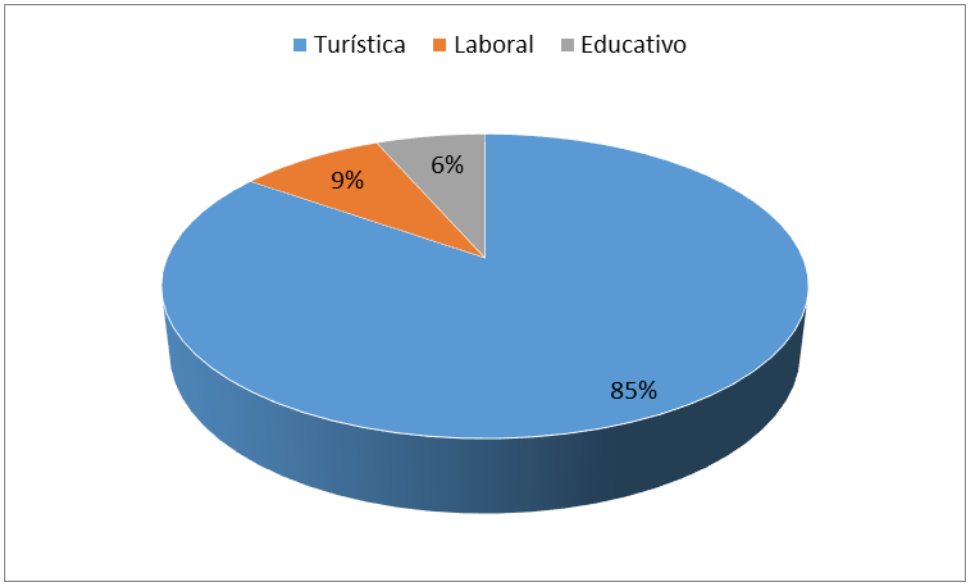
Fuente: elaboración propia

- **Resultados encuesta a trabajadores de parques**

Ficha técnica	
Aspectos	**Resultados**
Total encuestas diligenciadas	46
Medio	Encuestas en físico
Tiempo de medición	15 de marzo al 29 de marzo / 2024
Número de preguntas planteadas	Caracterización de ciudadanías: 7 Investigación: 5
Tipos de pregunta por ítem	Caracterización de ciudadanías: opción de única respuesta Investigación: 3 cuantitativa 2 cualitativa

Pregunta 1.

Con base en su experiencia, ¿Cuál cree que es el principal motivo de los visitantes para asistir a este Parque Arqueológico?



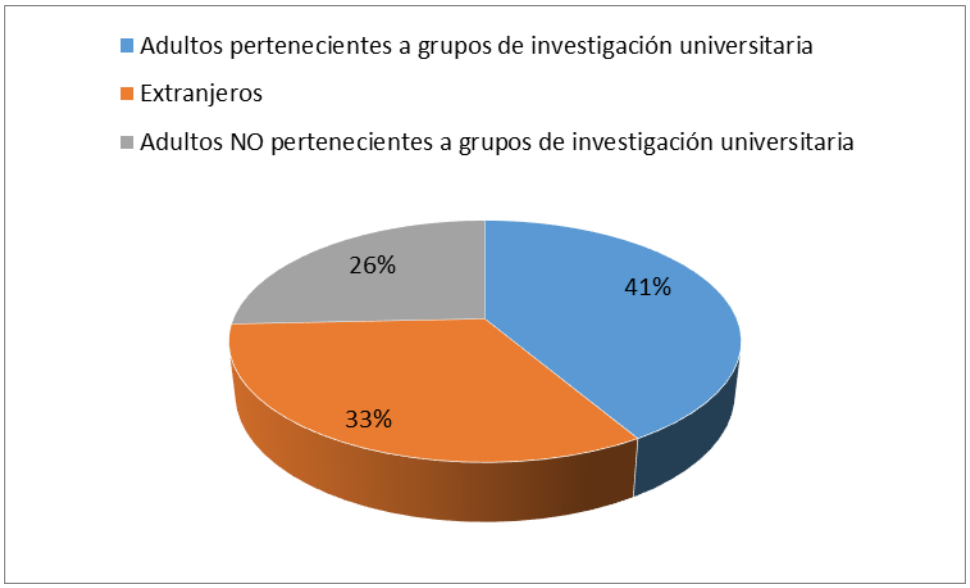
Pregunta 2.

¿Nota usted que los visitantes llegan con un conocimiento previo de lo que encontrarán en el parque o hacen muchas preguntas básicas sobre lo que encuentran? Describa su repuesta

En un porcentaje bajo llegan con conocimientos básicos sobre el sitio. La mayoría vienen sin conocimientos y hacen preguntas sobre el sitio y la región.
Algunos, sobre todo los extranjeros, pero los visitantes colombianos aparte de los estudiantes de antropología y arqueología no tienen un claro conocimiento del parque
Casi no preguntan, pero la mayoría no saben lo que verán en el recorrido
Preguntan cómo eran las personas que hicieron los hipogeos, los estatuarios, como vestían y que dialecto hablaban

Pregunta 3.

¿Cuál cree que tiene más conocimiento del contenido de los Parques Arqueológicos?



Pregunta 4.

¿Quiénes cree usted que demuestran más interés por visitar el parque arqueológico? Puede nombrarlos por grupos o por rango de edades según su criterio.

Los extranjeros y los estudiantes universitarios
Adultos nacionales, extranjeros. Los nacionales a quienes no se les cobra no presentan sentido de apropiación por los sitios, hace falta despertarla desde el hogar, instituciones y población
Los padres de familia que han visitado el parque cuando eran niños y luego traen a sus hijos

Pregunta 5.

¿Quiénes son los acompañantes o guías con mayor presencia entre los grupos que visitan el parque arqueológico?

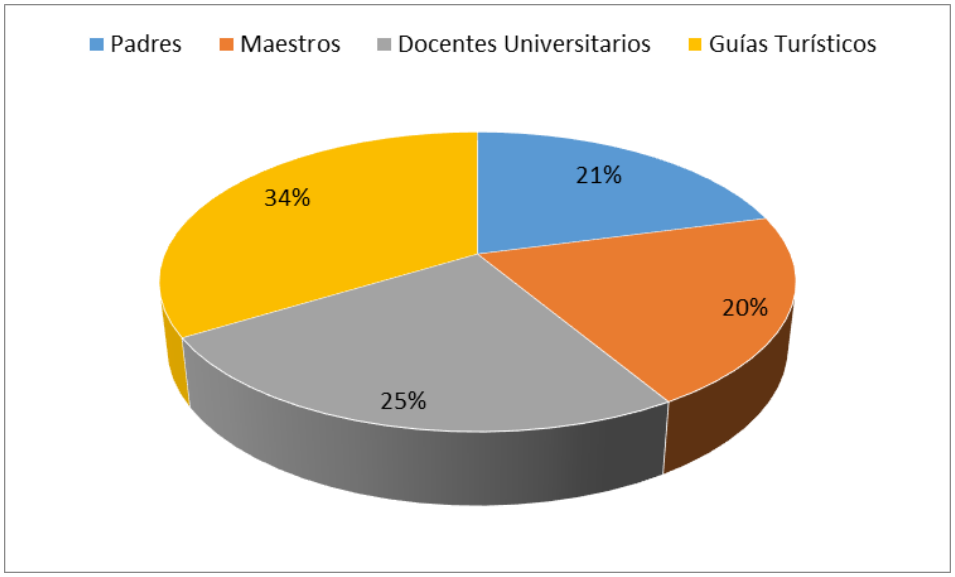


Figura 10

Resumen resultados encuestas a trabajadores de parques



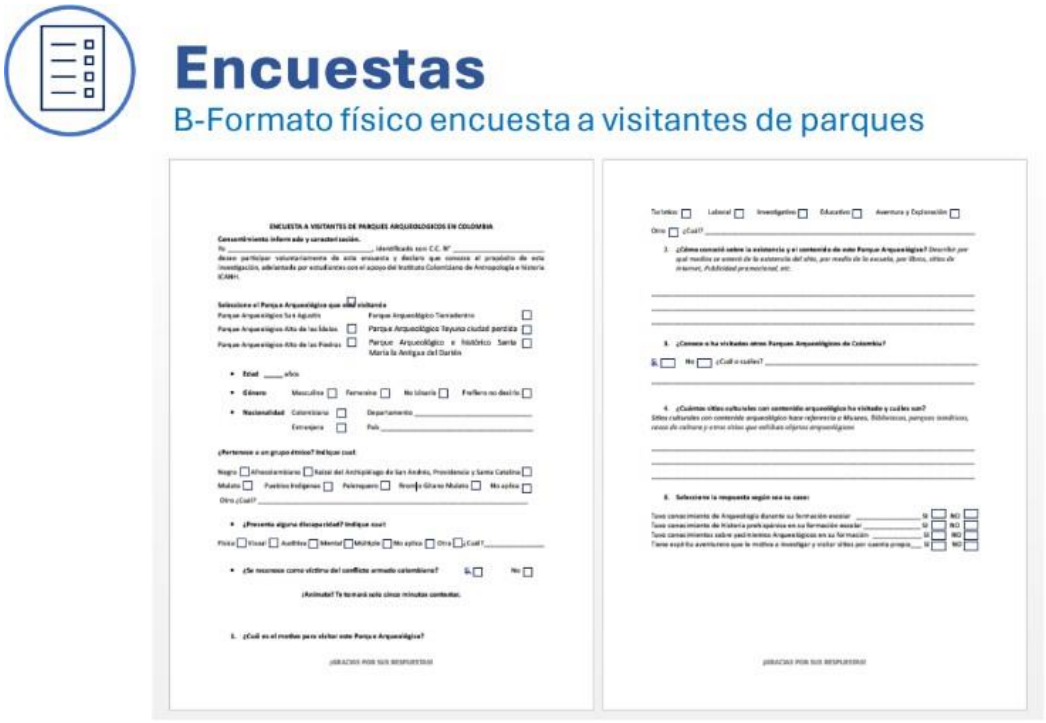
Aspectos	Resultados
Total encuestas diligenciadas	46
Medio	Encuestas en físico
Tiempo de medición	15 de marzo al 29 de marzo / 2024
Número de preguntas planteadas	Caracterización de ciudadanías: 7 Investigación: 5
Tipos de pregunta por ítem	Caracterización de ciudadanías: opción de única respuesta Investigación: 3 cuantitativa 2 cualitativa

Fuente: Elaboración propia

b. **Encuesta física para visitantes de los parques:** Al igual que la anterior, esta encuesta se aplicó de forma presencial a los visitantes de los parques, tomando en cuenta las mismas limitaciones de acceso a internet, empleando estrategias similares para su distribución y recolección.

Figura 11.

Formato físico encuesta a visitantes de parques (Anexo 1)



Fuente: Elaboración propia.

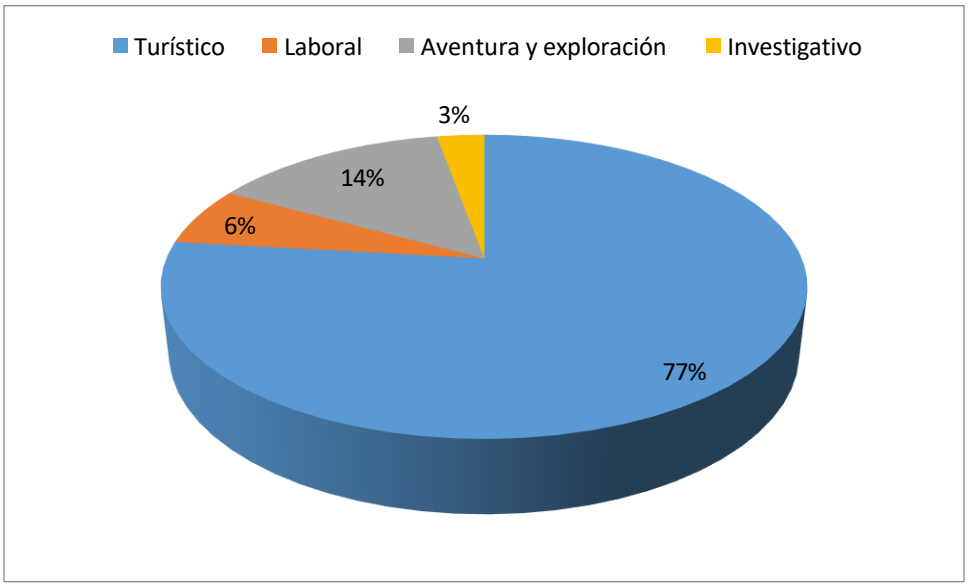
- **Resultados encuesta a visitantes de parques**

Ficha técnica	
Aspectos	**Resultados**
Total encuestas diligenciadas	170
Medio	Encuestas en físico
Tiempo de medición	15 de marzo al 29 de marzo / 2024
Número de preguntas planteadas	Caracterización de ciudadanías: 7 Investigación: 5

Tipos de pregunta por ítem	Caracterización de ciudadanías: opción de única respuesta Investigación: 3 cuantitativa 2 cualitativa

Pregunta 1.

¿Cuál es el motivo para visitar este parque arqueológico?



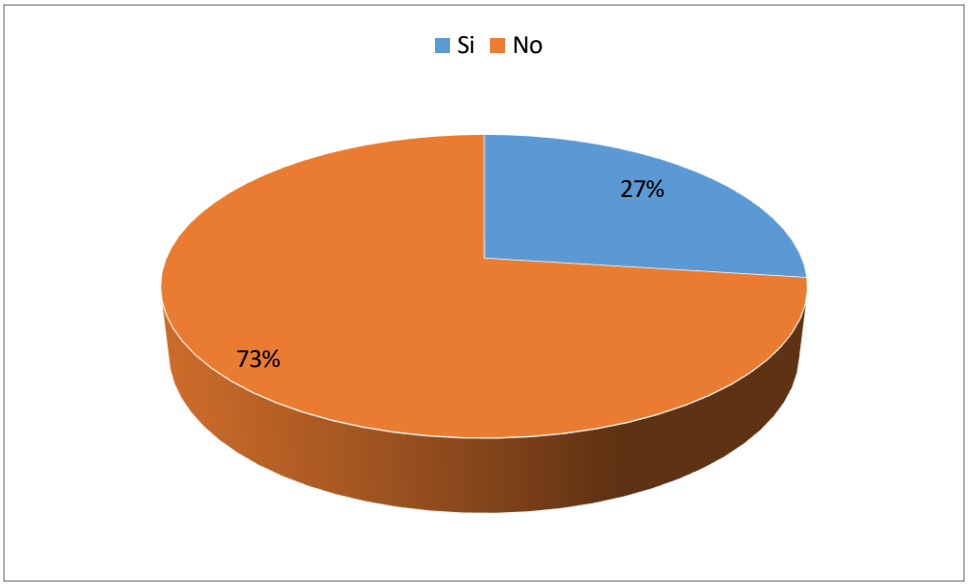
Pregunta 2.

¿Cómo conoció sobre la existencia de este parque arqueológico?

Agencia de viajes/turismo
Amigos
Estudios de Arqueología
Buscador de internet/Google
Lectura de libros
Voz a voz

Pregunta 3.

¿Conoce o ha visitado otros Parques Arqueológicos de Colombia?



Pregunta 4.

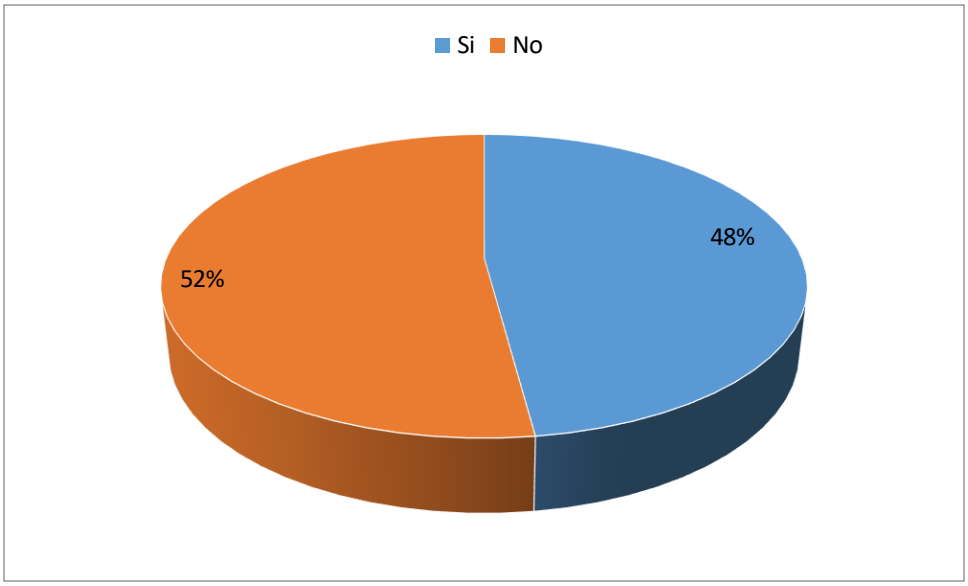
¿Cuántos sitios culturales con contenido arqueológico has visitado y cuáles son?

Parque Tayrona
Ruinas Mayas
Museo del oro en Bogotá
Eje cafetero, hacienda Nápoles
La Macarena
Machu Pichu
Europa

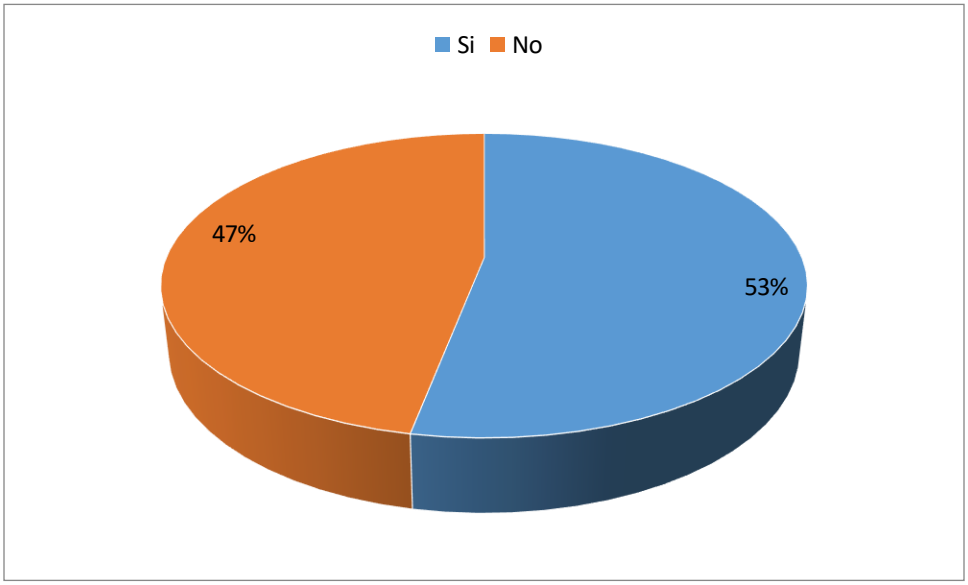
Pregunta 5.

Seleccione la respuesta según sea su caso:

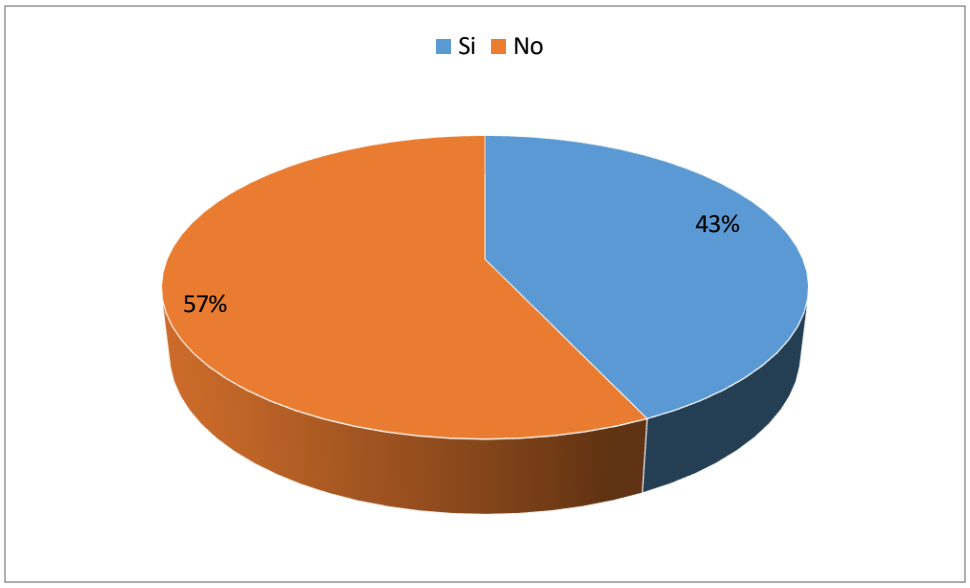
1. Tuvo conocimiento de Arqueología durante su formación escolar



2. Tuvo conocimiento de historia prehispánica en su formación escolar



3. Tuvo conocimientos sobre yacimientos arqueológicos en su formación



4. Tiene espíritu aventurero que le motiva a investigar y visitar sitios por iniciativa propia

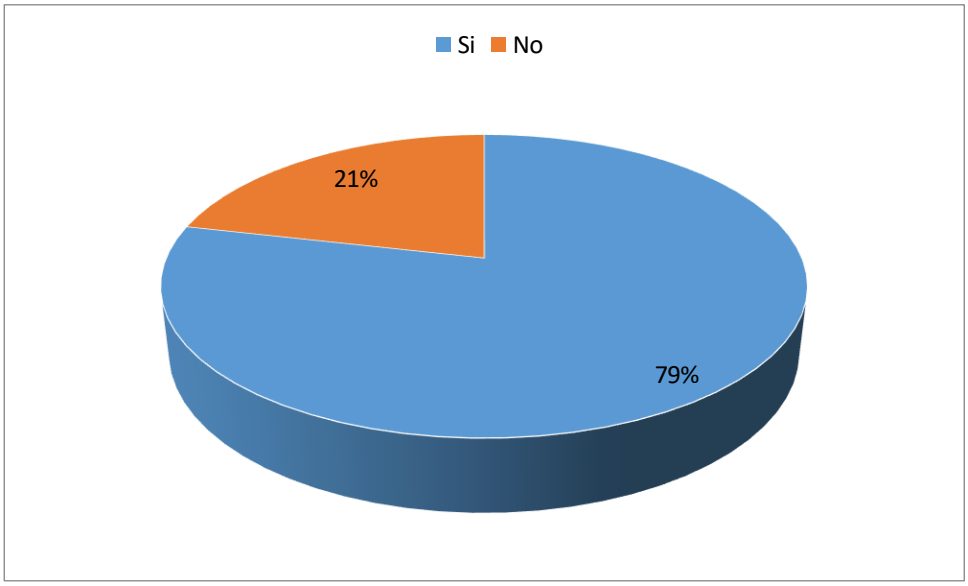
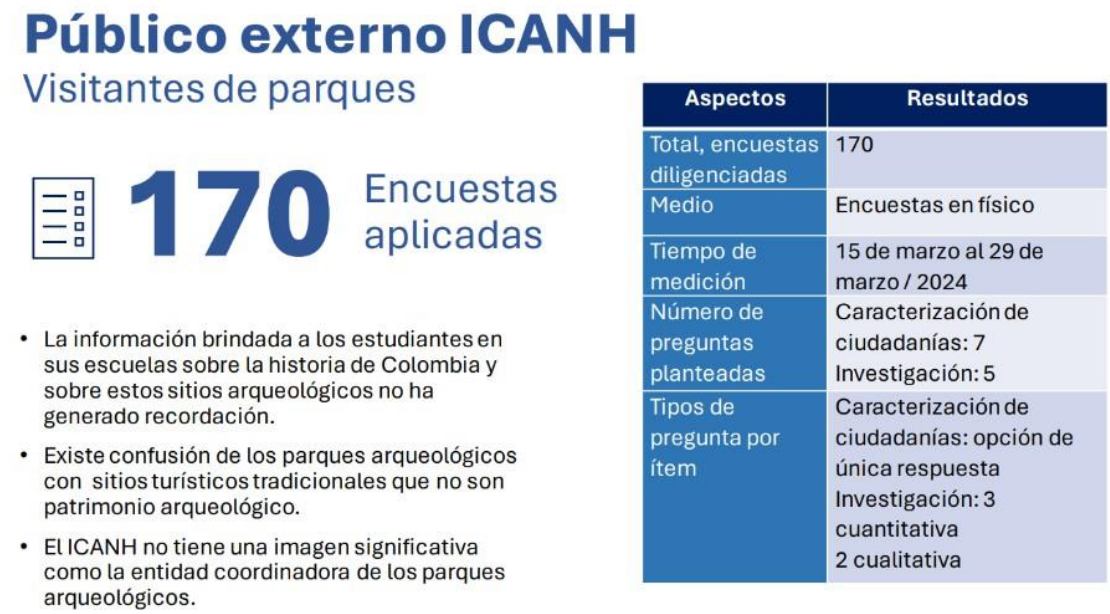


Figura 12.



a. **Encuesta digital para población general:** Para llegar a un público más amplio, se diseñó una encuesta en línea a través de Microsoft Forms. Esta encuesta se aplicó a la población general en las calles de la ciudad de Bogotá, buscando conocer su percepción sobre la apropiación de los parques arqueológicos.

Figura 13

Código QR para encuesta virtual - Apropiación parques arqueológicos



Fuente: Código QR proporcionado por plataforma de Microsoft Forms.

- Encuesta digital a población general sobre apropiación de los parques

Ficha técnica	
Aspectos	**Resultados**
Total, encuestas diligenciadas	30
Medio	Encuestas digitales https://forms.office.com/r/r2PpP09rfD
Tiempo de medición	21 de marzo al 30 de marzo / 2024
Número de preguntas planteadas	12
Tipos de pregunta por ítem	2 caracterización 7 cuantitativa 1 cualitativa

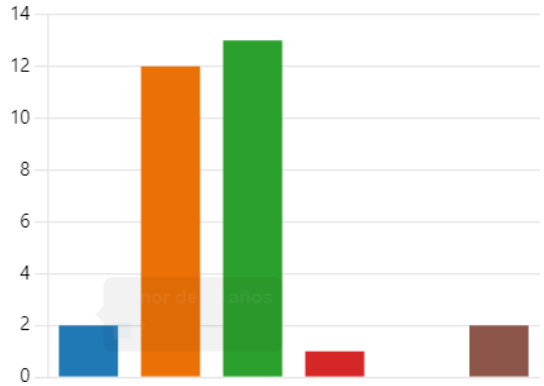
Para comprender la percepción del público sobre los parques arqueológicos de Colombia y cómo mejorar su difusión, se realizó una encuesta digital a una muestra inicial de 30 personas. La encuesta combinó preguntas de caracterización demográfica, hábitos culturales y opiniones sobre los parques.

Perfil de los encuestados:

Edad:

1. Identifica tu rango de edad

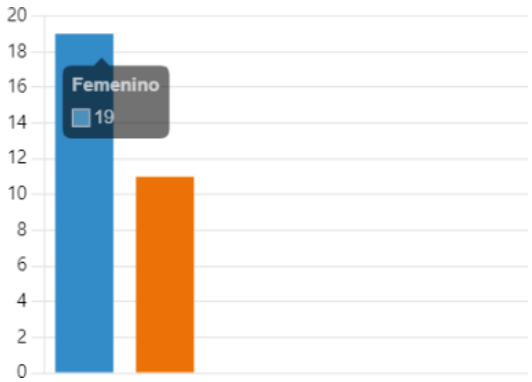
Menor de 20 años	2
Entre 20 y 30 años	12
Entre 30 y 40 años	13
Entre 40 y 50 años	1
Entre 50 y 60 años	0
+ de 60 años	2



- Menores de 20 años: 2 personas (6.67%)
- Entre 20 y 30 años: 12 personas (40%)
- Entre 30 y 40 años: 13 personas (43.33%)
- Mayores de 60 años: 2 personas (6.67%)

2. Género:

Femenino	19
Masculino	11
Transgénero	0
No binario	0
Prefiero no decirlo	0
Otro (especifique)	0



- Hombres: 11 personas (36.67%)
- Mujeres: 19 personas (63.33%)

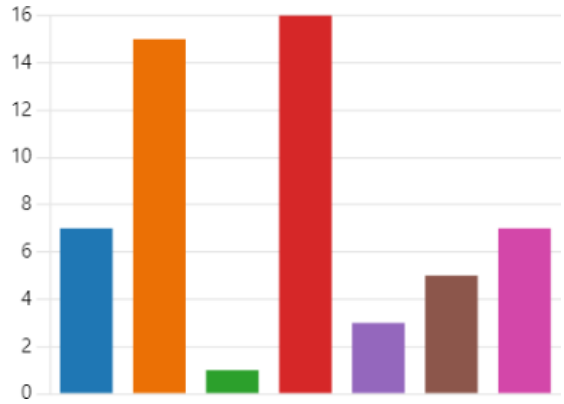
3. ¿Sabías que en Colombia existen Parques Arqueológicos?

Si	21
No	9



4. ¿Conoces o has escuchado acerca de estos parques?

Ciudad Perdida	7
San Agustín	15
Tierradentro	1
Parque Nacional Tayrona	16
Parque Arqueológico Nacional ...	3
El Cañón del Chicamocha	5
Ninguno	7



5. ¿Has visitado alguna vez un parque arqueológico en Colombia?

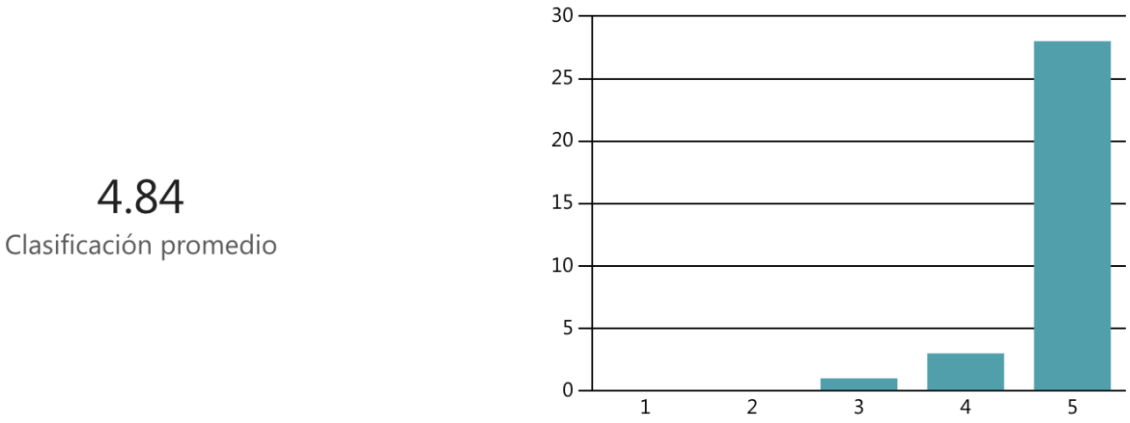
Si	12
No	18



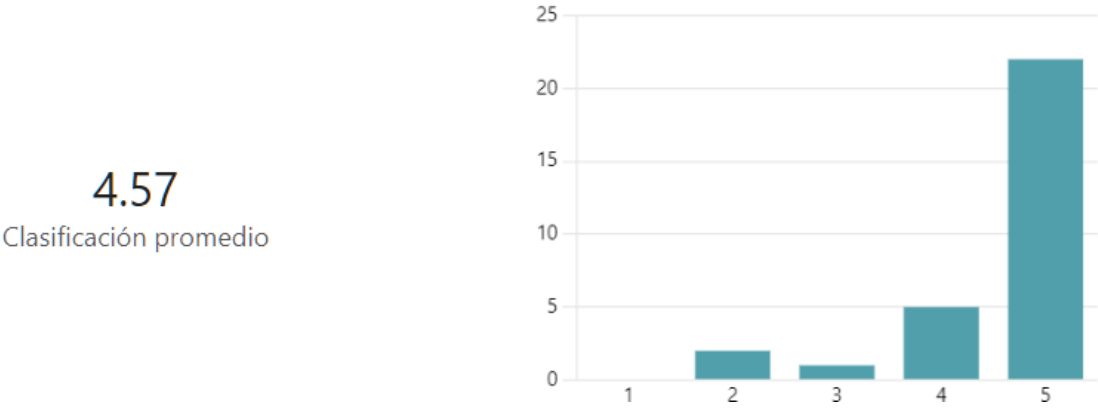
6. ¿Qué te motivaría a visitar un parque arqueológico?



7. ¿Qué tan importante crees que es la conservación del patrimonio arqueológico de Colombia?

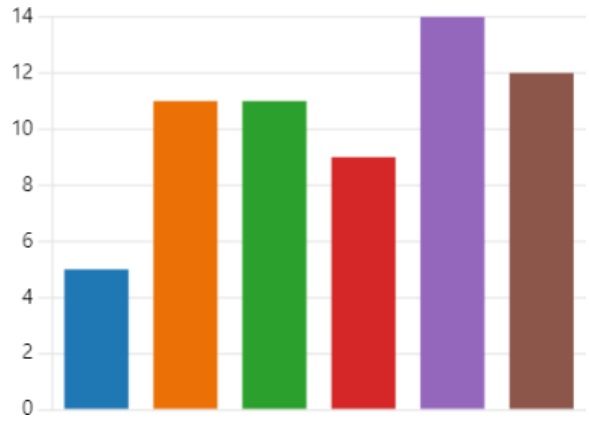


8. ¿Qué tan probable es que visites uno de estos parques arqueológicos en el futuro?



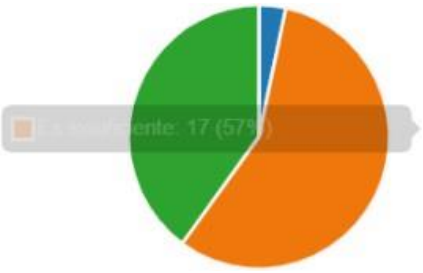
9. ¿Qué tipo de información te gustaría tener antes de visitar un parque arqueológico?

Cómo llegar	5
Horarios de atención	11
Costos de entrada	11
Servicios disponibles	9
Qué ver y hacer	14
Recomendaciones para el viaje	12



10. ¿Qué opinas sobre la promoción que se hace de los parques arqueológicos de Colombia?

Es suficiente	1
Es insuficiente	17
No tengo información al respecto	12



11. ¿Qué sugerencias o comentarios tienes para mejorar la experiencia de los visitantes en los parques arqueológicos?

Contar con un Blog para así tener información sobre los parques, como llegar, horarios, costos, recomendaciones
Que los recomienden en algún sitio
Indicar los posibles riesgos que se pueden presentar según el grupo etéreo y las medidas a tomar
mejorar la forma de llegar y mas insentivos para ir
Debe impulsarlo Minultura y Turismo ... Hacer comerciales ... Mostrando la importancia de los parques

Que salgan comerciales o hablen de ellos en las noticias
Llevar a los colegios "museos" o exposiciones de los parques para que los conozcan ... Cómo Maloka que lo llevan a los colegios
Llevar a parques normales información por medio de juegos.. por ejemplo un taller de pintar cerámicas ... Cómo las de san Agustín y que vayan explicando la importancia de los parques
Crear exposiciones temporales por ejemplo en centros comerciales con objetos del parque o réplicas
Organizar un concurso de fotografía en las regiones donde se encuentra el parque .. podrían crear un canal de WhatsApp con información de los parques
Podrían crean con convenio.con los cinemas ... Por la parte de responsabilidad social y mostrar cortos de la importancia de los parques de la arqueología de preservar la cultura
Que se divulgue información suficiente r efecto a la existencia y ubicación de los parques con el fin de promoverlos como objetivos turísticos
Que informen más a la gente ... Deberían aprovechar las casa de sabiduría de la alcaldía y meter charlas

12. ¿Cómo crees que se puede difundir información sobre los parques arqueológicos?



Los encuestados expresaron valiosas ideas para mejorar la difusión y apropiación social de los parques arqueológicos, entre las que se destacan:

- **Blog informativo**: Creación de un blog con información detallada sobre los parques, incluyendo: cómo llegar, horarios, costos, recomendaciones y actividades disponibles.
- **Promoción conjunta:** Impulsar la promoción de los parques arqueológicos por parte del Ministerio de las culturas, las artes y los saberes y el Ministerio de comercio, industria y turismo a través de diferentes canales, como comerciales en televisión y radio.
- **Acercamiento a la población por medio de:**

- ✓ **Visitas escolares:** Llevar a los estudiantes a los parques o realizar exposiciones itinerantes en los colegios.
- ✓ **Talleres interactivos**: Organizar talleres lúdicos en los parques, como talleres de pintura de cerámica o juegos relacionados con la arqueología.
- ✓ **Concursos de fotografía:** Incentivar la participación del público en concursos de fotografía que resalten la belleza y la importancia de los parques.

- **Buscar alianzas estratégicas con entidades como:**
  - ✓ **Cinemas:** Proyectar cortos informativos sobre la importancia de los parques en las salas de cine como parte de su responsabilidad social.
  - ✓ **Empresas de transporte y turismo:** Ofrecer descuentos o paquetes especiales para visitar los parques.

La encuesta evidencia un interés por los parques arqueológicos, aunque también revela la necesidad de fortalecer su promoción y difusión. Las sugerencias de los encuestados proporcionan una valiosa base para desarrollar estrategias que permitan acercar estos sitios al público general y generar conciencia sobre la importancia de nuestro patrimonio arqueológico, histórico y cultural.

Figura 14



Aspectos	Resultados
Total, encuestas diligenciadas	30
Medio	Encuestas digitales https://forms.office.com/r/r2PpP09rfD
Tiempo de medición	21 de marzo al 30 de marzo / 2024
Número de preguntas planteadas	12
Tipos de pregunta por ítem	2 caracterización 7 cuantitativa 1 cualitativa

9. CONCLUSIONES

Con el resultado de esta consultoría se pudo evidenciar la necesidad de implementar estrategias de comunicación que incentiven la apropiación social de los Parques Arqueológicos de Colombia bajo la coordinación del Instituto Colombiano de Antropología e Historia - ICANH, se obtuvieron varias conclusiones claves:

1. Esta consultoría se realizó con el objetivo de evaluar el nivel de conocimiento y apropiación que tiene la ciudadanía sobre estos sitios patrimoniales, identificar las principales debilidades y desafíos en cuanto a la comunicación y vinculación del ICANH con las comunidades locales y los visitantes, y determinar la necesidad de implementar estrategias más efectivas de comunicación y apropiación social del patrimonio cultural que salvaguardan estos parques.
2. Este ejercicio se llevó a cabo con la finalidad de obtener un diagnóstico detallado que permita al ICANH diseñar e implementar planes y acciones concretas para fomentar un mayor conocimiento, valoración y apropiación social de los parques arqueológicos por parte de la ciudadanía, fortalecer sus estrategias de comunicación, educación y sensibilización, y establecer alianzas estratégicas con otros actores clave para promover de manera conjunta la apropiación y preservación del patrimonio arqueológico del país.
3. Los resultados de las encuestas aplicadas evidencian que existe un alto grado de desconocimiento de los parques arqueológicos administrados por el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) por parte de la ciudadanía en general. Este hallazgo es preocupante, ya que la falta de conocimiento de estos sitios patrimoniales impide que se genere una apropiación social efectiva del legado histórico y cultural que salvaguarda el ICANH.
4. La consultoría reveló que existe una débil vinculación y comunicación entre el ICANH y las comunidades locales aledañas a los parques arqueológicos. Esto dificulta que los habitantes de estas zonas se sientan identificados y comprometidos con la preservación y difusión del patrimonio cultural que albergan estos sitios.
5. Se identificó que la información y los contenidos divulgados por el ICANH sobre los parques arqueológicos no llegan de manera efectiva a la población en general. Es necesario

diversificar y fortalecer los canales de comunicación para lograr una mayor cobertura y apropiación social.

6. Como estudiantes, la consultoría sobre el estado de la comunicación y apropiación social en los parques arqueológicos de Colombia administrados por el ICANH nos enseña varias lecciones clave: la vital importancia de implementar estrategias efectivas de comunicación y divulgación para lograr una mayor apropiación social del patrimonio cultural; la necesidad de involucrar a las comunidades locales en la preservación y difusión de su legado; la relevancia de la educación patrimonial, especialmente dirigida a niños y jóvenes, para fomentar el interés y el cuidado del patrimonio; y la importancia de establecer alianzas estratégicas entre múltiples sectores para trabajar de manera colaborativa en la preservación y promoción del patrimonio cultural.
7. Esta consultoría nos invita a reflexionar sobre la trascendencia de contar con estudios y diagnósticos rigurosos que permitan identificar necesidades y oportunidades reales para mejorar la gestión de la comunicación y el impacto del legado cultural de nuestro país.

10. RECOMENDACIONES

Con el fin de incentivar la apropiación social de los parques arqueológicos de Colombia a través de la comunicación, se realizan al Instituto Colombiano de Antropología e Historia dos recomendaciones en el marco de esta consultoría, la primera consiste en la creación y formalización de una dependencia de comunicaciones y la segunda un plan estratégico de comunicaciones.

1. **Primera recomendación:**

Es importante que la entidad cuente con un departamento o equipo de comunicaciones dentro de su organigrama, ya que esto le permitiría posicionar dicha área como un eje estratégico fundamental. La conformación de un grupo de profesionales especializados en comunicación, marketing, diseño y relaciones públicas aportaría importantes beneficios a la organización. Contar con este equipo especializado favorecería una mejor gestión de la reputación, visibilidad y posicionamiento de la entidad y la gestión que realiza en los Parques Arqueológicos de Colombia.

En resumen, incluir un departamento de comunicaciones en el organigrama de la entidad le daría a esta área un papel estratégico, fortaleciendo la imagen, eficiencia y capacidad de respuesta; esta iniciativa situará a la entidad y los Parques Arqueológicos de manera sólida.

2. **Segunda recomendación:**

Desarrollar una estrategia de comunicación integral que permita alinear y potenciar los esfuerzos de los diferentes Parques Arqueológicos, fortaleciendo su imagen, visibilidad y conexión con los públicos clave.

Objetivos Específicos:

- Mejorar la coordinación y el flujo de información entre los diferentes Parques Arqueológicos.
- Aumentar la visibilidad y el posicionamiento de los Parques Arqueológicos a nivel nacional e internacional.

- Fortalecer los vínculos y la comunicación con los principales grupos de interés (visitantes, comunidades locales, sector turístico, etc.).
- Implementar canales de comunicación eficaces para la difusión de información y la gestión de la reputación.

Coordinación y flujo de información:

- Establecer una plataforma de comunicación interna (virtual y presencial) para el intercambio de información, buenas prácticas y experiencias entre los Parques, especialmente presencial para aquellos parques en los cuales no hay internet.
- Designar enlaces de comunicación en cada Parque para facilitar la coordinación y la toma de decisiones conjuntas.
- Implementar un sistema de monitoreo y reporte de actividades, indicadores y logros entre los Parques.

Visibilidad y posicionamiento:

- Desarrollar una estrategia de comunicación digital, por medio de (Instagram, Facebook), #arqueologiaen1minuto
- Participar en ferias, eventos y plataformas turísticas para promocionar los Parques a nivel nacional e internacional.
- Establecer alianzas estratégicas con el sector turístico, medios de comunicación y otras instituciones afines.
- Crear una sección dedicada a los parques arqueológicos en la página web en los que se agrupe toda la información relevante en un solo lugar, implementando herramientas de navegación más eficientes, además de contenido claro e interactivo.

Canales de comunicación:

Que destaque los atractivos y la oferta de los Parques.

- Generar y distribuir materiales impresos y digitales (boletines, informes, videos, etc.) (sitio web, redes sociales, etc.) para diferentes audiencias.

Para llegar a las personas que no cuentan con acceso a internet, y abordar este desafío, les proponemos las siguientes estrategias de comunicación.

Comunidad

- Realizar espacios de diálogo con las comunidades aledañas a los Parques Arqueológicos para establecer una comunicación más cercana.
- Organizar reuniones informativas y talleres de sensibilización sobre la importancia y el valor de los Parques.
- Identificar y capacitar a líderes comunitarios como **"embajadores"** que puedan transmitir información a sus vecinos.

Medios Tradicionales: Algunos grupos de interés, especialmente en zonas rurales o de difícil acceso, pueden tener limitaciones de conexión digital, por lo que los medios tradicionales ayudan a una interacción personalizada y de confianza superando las barreras de acceso a internet y dispositivos digitales que prevalecen en ciertas áreas.

- Utilizar radio comunitaria y/o local para difundir información relevante sobre los Parques Arqueológicos.
- Colocar anuncios impresos en espacios públicos concurridos, como mercados, centros comunitarios y lugares de culto.
- Distribuir volantes, folletos y material informativo en puntos de encuentro de las comunidades.

Alianzas Estratégicas:

- Establecer colaboraciones con organizaciones comunitarias, líderes locales y juntas de acción comunal.
- Trabajar de la mano con instituciones educativas, centros culturales y organizaciones no gubernamentales que tengan presencia en en el territorio.
- Aprovechar los canales de comunicación y redes de estas organizaciones aliadas para difundir información sobre los Parques.

Comunicación Personalizada:

- Identificar y mantener un registro de los actores comunitarios clave en cada Parque.
- Establecer un cronograma de encuentros personalizados para compartir información relevante.
- Utilizar estrategias de comunicación oral y visual (folletos, carteles, etc.) que se adapten a las necesidades y el contexto local.

Este plan de comunicaciones integral busca alinear los esfuerzos y fortalecer la visibilidad, imagen y conexión de los Parques Arqueológicos con sus públicos clave. Su implementación coordinada permitirá potenciar el impacto y el reconocimiento de estos sitios patrimoniales, con estas estrategias de comunicación, medios tradicionales, activaciones y alianzas, llegaremos eficazmente a las personas sin acceso a internet y viven cerca de los Parques Arqueológicos. De esta forma, lograremos una mayor inclusión y una mejor conexión con las comunidades locales.

Si no se hacen las recomendaciones anteriormente descritas, a lo mejor suceda:

a. Baja visibilidad y valoración pública de los sitios arqueológicos: Al no conocer la existencia y relevancia de estos parques, la ciudadanía tiende a otorgarles una menor importancia y reconocimiento como espacios de preservación del patrimonio cultural.
b. Débil sentido de pertenencia y protección ciudadana: Sin un conocimiento adecuado sobre los parques arqueológicos, la población local y visitante no logra desarrollar un vínculo de identidad y corresponsabilidad en la salvaguarda de estos lugares.
c. Limitada participación y apropiación comunitaria: El desconocimiento obstaculiza la participación de las comunidades en actividades de conservación, investigación, interpretación y disfrute de los parques arqueológicos.
d. Menor aprovechamiento educativo y turístico: La falta de conocimiento reduce las oportunidades de utilizar estos espacios como recursos pedagógicos y de desarrollo turístico sostenible a nivel local y regional.

11. REFERENCIAS

Babbie, E. (2020). The practice of social research (14th ed.). Cengage Learning.

Canclini, N. G. (2004). Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas de la interculturalidad. Gedisa.

Carta de Burrá. (1981). Carta internacional para la conservación y restauración de monumentos y sitios. Adoptada por el ICOMOS en 1981.

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.

Civitatis. (2023, julio 28). Los 10 parques naturales más importantes de Colombia. https://www.civitatis.com/en/colombia/

Colciencias. (2010). Estrategia nacional de apropiación social de la ciencia, la tecnología y la innovación. Recuperado de: https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/estrategia-nacional-apropiacionsocial.pdf

Creswell, J. W. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.

David, F. R. (2013). Strategic Management: Concepts and Cases (14th ed.). Pearson.

Delgado Anés, L., & Romero Pellitero, P. (2017). La arqueología virtual, generadora de recursos para la comunicación y participación.

Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method (4th ed.). Wiley.

Escobar, J. M. (2018): "La apropiación social de la ciencia y la tecnología como eslogan: un análisis del caso colombiano", Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS, vol. 13, n° 38, pp 29-57.

Fowler, F. J. (2013). Survey research methods (5th ed.). SAGE Publications.

Fuentes Navarro, Raúl (2023). Desarticulación y desintegración de la investigación académica y la formación universitaria en Comunicación en América Latina: una visión personal y en memoria de Jesús Martín Barbero. Pluriversos de la Comunicación, 8-18.

García Canclini, N. (2001). Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Paidós.

Gómez Merino, J. L. (2013): “La comunicación multimedia de la Arqueología. Punto de inflexión”, Virtual Archaeology Review, 4(8): 114-116.

Gov.Co. Retrieved May 19, 2024, from https://old.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/Estrategia-de-C-y-EA-12-may-2016.pdf

Groves, R. M., & Lyberg, L. (2010). Total survey error: Past, present, and future. Public Opinion Quarterly, 74(5), 849-879.

Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., & Tourangeau, R. (2009). Survey methodology (2nd ed.). Wiley.

Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. Journal of International Social Research, 10(51), 994-1006.

Humphrey, A. (1960). SWOT Analysis for Management Consulting. SRI International.

ICANH. (2024). Política de Apropiación Social. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Jenkins, H. (2008). Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.

Krosnick, J. A., & Presser, S. (2010). Question and questionnaire design. In P. V. Marsden & J. D. Wright (Eds.), Handbook of survey research (2nd ed., pp. 263-314). Emerald Group Publishing.

Marín Agudelo, Sebastián Alejandro. (2012). Apropiación social del conocimiento: Una nueva dimensión de los archivos. Revista Interamericana de Bibliotecología, 35(1), 55-62. Retrieved May 04, 2024, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-09762012000100005&lng=en&tlng=es.

Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili.

Martín-Barbero, J. (2002). Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica.

Martínez, D., & Milla, A. (2012). Análisis del Entorno. Ediciones Díaz de Santos.

Massoni, S. (2009). Comunicación estratégica: Matrices de datos en la investigación enactiva. Anuario de Investigaciones de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 8, 29-42.

Mcnamara, J. (2012). The key issues in strategic communication. International Journal of Strategic Communication, 6(4), 273-287.

Ministerio de Cultura (2010). Lineamientos de política para la gestión, protección y salvaguarda del patrimonio cultural de la Nación. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Ministerio de Ciencias, Tecnología e Innovación de Colombia. (2010). Estrategia Nacional de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación. https://minciencias.gov.co/direccionamientos-institucional/direccionamiento-estrategico

Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice (4th ed.). SAGE Publications.

Pérez, R. A. (2012). Pensar la estrategia. La contribución de la comunicación. Razón y Palabra, 17(80).

Strauss, A., & Corbin, J. (1990). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. SAGE Publications.

Tufte, E. R. (1990). The visual display of information. Cheshire, CT: Graphics Press.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability (13th ed.). Pearson.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.