

# NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL ARTE SACRO: COMUNICACIÓN Y SACRALIDAD

Numerosos llamamientos al redescubrimiento del arte sacro como camino de encuentro con Dios como *Via Pulchritudinis* hemos recibido en los últimos años de los Papas que se han ido sucediendo. Por ello, creemos necesaria la reflexión sobre la función comunicativa y la sacralidad de los Bienes Culturales de la Iglesia y de las diversas soluciones que desde las nuevas tecnologías han ido floreciendo en nuestro tiempo.

## 1. Necesidad de la promoción turística del Arte Sacro en la época contemporánea

El arte es capaz de expresar y hacer visible la necesidad del hombre de ir más allá de lo que se ve, manifiesta la sed y la búsqueda de infinito. Más aún, es como una puerta abierta hacia el infinito, hacia una belleza y una verdad que van más allá de lo cotidiano. Una obra de arte puede abrir los ojos de la mente y del corazón, impulsándonos hacia lo alto.

Pero hay expresiones artísticas que son auténticos caminos hacia Dios, la Belleza suprema; más aún, son una ayuda para crecer en la relación con él, en la oración. Se trata de las obras que nacen de la fe y que expresan la fe<sup>1</sup>.

Desde su origen, el hombre ha sentido la necesidad de expresar una trascendencia que le sobrepasa. En el arte sacro católico, ésta se ha manifestado “encarnándose” en formas y volúmenes materiales pero profundamente simbólicos, que sirven como puente entre lo humano y lo divino. El arte sacro, es, ante todo, aquel que nos hace penetrar en lo sagrado, que está destinado directa o indirectamente al culto de Dios, que establece un puente entre el hombre y Dios, su naturaleza es ontológica y cosmológica. No es el resultado de la expresión de unos sentimientos o de una espiritualidad personal, sino la traducción de una realidad que trasciende y rebasa los límites de lo humano.<sup>2</sup>

Este arte sacro, es una realidad viva y tremendamente comunicativa. Igual que necesitamos aprender un idioma para comprender a quien lo habla, la promoción turística del arte sacro, juega un papel vital en la comunicabilidad de la realidad de la cual habla dicho arte. Y las nuevas tecnologías son el medio de que disponemos para que la promoción turística sea satisfactoria.

## 2. Finalidad de la promoción del arte sacro

Para comprender el trasfondo de la promoción turística del arte sacro, tomaremos como referencia el documento publicado por la Pontificia Comisión Para los Bienes Culturales de la Iglesia -actualmente un departamento al interno del Pontificio Consejo de la Cultura- sobre *La función pastoral de los Museos*

---

<sup>1</sup> BENEDICTO XVI, *Audiencia General*, Castelgandolfo, 31 de agosto de 2011.

<sup>2</sup> Cf. V. LAMAS, “La fe expresada en el arte o el arte como expresión de la fe. El edificio sacro”, *Cuadernos de Pensamiento*, Fundación Universitaria Española, nº 26 (En fase de publicación)

*Eclesiásticos*<sup>3</sup>. En dicho documento, se consideran como finalidad de toda actividad de promoción del arte sacro diversos aspectos íntimamente relacionados:

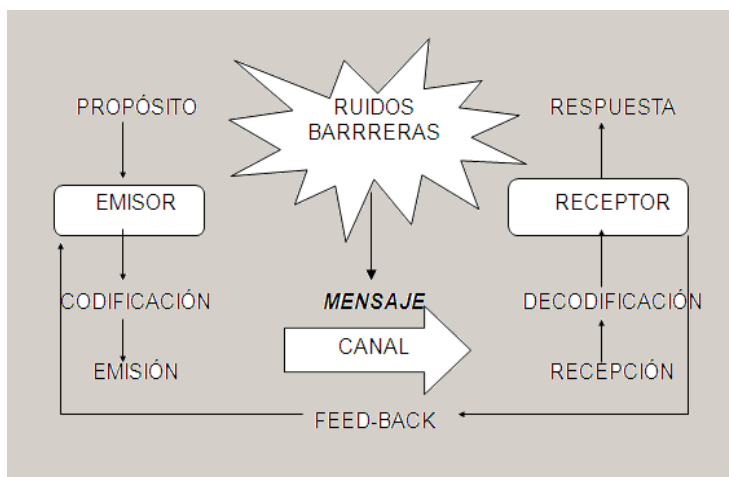
- \*El favorecimiento de un nuevo humanismo para la nueva evangelización.
- \*La expresión de la memoria histórica que permite redescubrir el camino de la fe a través de las obras de diversas generaciones.
- \*Una pastoral a través de la memoria histórica.
- \*La expresión del culto, de la catequesis, de la cultura, de la caridad.

### 3. La urgencia de una correcta interpretación del patrimonio. Definición, pros y contras

Una promoción eficaz del arte sacro, se realiza mediante una correcta interpretación del Patrimonio.

Como en nuestro caso, se trata de arte sacro, la traducción del mensaje que queremos comunicar es esencial, dado que la sociedad en que nos movemos puede no tener los conocimientos básicos religiosos para recibir el mensaje que realmente se quiere comunicar.

Vamos a ver el proceso de comunicación “base” y a traducirlo ahora al ámbito del arte sacro, en el que la comunicación se daría de la siguiente manera



1. El propósito es la nueva evangelización.
2. El emisor sería Dios a través de la obra del artista.
3. La codificación la realiza el Espíritu Santo a través de la Oración.
4. La emisión se lleva a cabo a través del artista como instrumento en las manos de Dios.
5. El canal es la materia o la obra de arte
6. El mensaje estaría integrado por los

7. contenidos de una fe, de la historia de la salvación, del amor de Dios.
7. Los ruidos o barreras estarían en la falta de sensibilidad ante la belleza, la carencia de formación religiosa en la fe que expresa dicho arte, la ineptitud de los agentes transmisores.
8. El mensaje llega a nosotros mediante la contemplación de la obra y a través de los medios de comunicación.
9. La decodificación estaría en una correcta interpretación del patrimonio.
10. El receptor es quien contempla la obra.
11. La respuesta sería la interiorización de una fe.

Dicho esto, una correcta interpretación del patrimonio en materia de arte sacro sería la que contempla, además de las tres interpretaciones<sup>4</sup> propuestas por Morales y Ham<sup>5</sup>, el hecho de que dada la

<sup>3</sup>PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS BIENES CULTURALES DE LA IGLESIA, Carta *Circular La función pastoral de los museos eclesíasticos*, Ciudad del Vaticano, 2001, pp. 5-76.

<sup>4</sup>Las tres interpretaciones apuntadas son:

naturaleza del arte sacro -que surge de la experiencia religiosa de un artista, traducida en materia y forma, y que tiene por finalidad el hacernos trascender hacia Dios- habría que añadir una nota más a lo dicho por Morales y Ham, que es la de la fuerza comunicativa simbólica del arte sacro, que es capaz de penetrar lo sagrado, lo más íntimo del ser humano.

Y de ello, surgen dos posibles problemas con respecto al uso de las nuevas tecnologías en la promoción del arte sacro: la desacralización de dicho arte a causa de su descontextualización y reproductibilidad, y la pérdida de potencia comunicativa. Es decir, podríamos caer en una mera presentación del producto, sin caer en la cuenta de que dicho “producto” lo que busca no es una presentación de sí mismo -que también- sino la representación de algo más.

Frente a dichos problemas, la eficacia de las comunicaciones aporta una de las muchas ventajas del uso de las nuevas tecnologías, porque:

- Permite presentar el mensaje a través de los medios que habitualmente emplea el mayor número de población mundial.
- Mediante el uso de imagen-sonido-texto en tres dimensiones es más fácil que el mensaje contenga los requisitos indispensables para una buena comunicación: es decir, que sea breve, claro, ordenado, completo, ajustado a cada interlocutor, y que tenga retorno -lo cual se logra mediante la inserción de actividades interactivas-.
- Es más accesible: llega a un mayor número de receptores, en menor tiempo.

## **5. Promoción turística del arte sacro a través de las nuevas tecnologías. Experiencias llevadas a la práctica y análisis de los resultados**

Numerosos son los ejemplos de promoción del patrimonio artístico llevados a cabo. En materia de arte sacro, quizá se está aún apuntando tímidamente al uso de las nuevas tecnologías para su promoción, pero los resultados obtenidos en los ejemplos encontrados son óptimos. Pasamos ahora a mostrar algunos ejemplos.

Visita Virtual:

Visita virtual a la Basílica del Santo Sepulcro de Jerusalén

[http://www.360tr.com/kudus/kiyamet\\_eng/](http://www.360tr.com/kudus/kiyamet_eng/)

---

1ª Basada en el análisis científico o técnico de los contenidos a presentar. Es una recogida y selección de datos. Sería la presentación de la ficha técnica de la obra de arte.

2ª Traducción de esos datos técnicos a un lenguaje comprensible y ameno para el receptor.

3ª Es la que se produce tras la recepción de la explicación por el receptor de dicho mensaje.

<sup>5</sup>MORALES, J.; HAM S.H., “¿A qué interpretación nos referimos?”, *Boletín de Interpretación*, Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España, nº 19 (2008), pp. 4-7; Cfr. MORALES MIRANDA, J., “Ideas para la formación esencial en interpretación”, III Seminario de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural, CENEAM, del 5-7 junio de 2008. Disponible en

[http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.magrama.gob.es%2Fes%2Fceneam%2Farticulos-de-opinion%2F2008\\_12morales\\_tcm7-141803.pdf&ei=Oiz1UsHEB9OO7QbrwIDIBA&usq=AFQjCNGzCJF0VLaXuOv16ME9Rxcqn4sK1A&sig2=-G3KRATcK-indLXcrMOMug&bvm=bv.60799247,d.bGQ](http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&sqi=2&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.magrama.gob.es%2Fes%2Fceneam%2Farticulos-de-opinion%2F2008_12morales_tcm7-141803.pdf&ei=Oiz1UsHEB9OO7QbrwIDIBA&usq=AFQjCNGzCJF0VLaXuOv16ME9Rxcqn4sK1A&sig2=-G3KRATcK-indLXcrMOMug&bvm=bv.60799247,d.bGQ) (Consultado el 31-1-2014).

La página web:

<http://www.tourspain.es>

Redes sociales (facebook, twiter, google+....)

Twitter: de la Catedral de Santiago de Compostela

<https://twitter.com/CatedralStgo>

Facebook: Catedral de Cuenca:

<https://es-es.facebook.com/catedralcuenca>

Google+: Catedral de Notre Dame (París, Francia):

<https://plus.google.com/+GoogleM%C3%A9xico/posts/KHY1x83njiT>

Instagram: Santuario de Ntra. Señora de Guadalupe (México):

<http://web.stagram.com/location/400555/>

## **5. Solución a los posibles problemas en el uso de las nuevas tecnologías para la promoción turística del arte sacro**

### 1.- Presentación versus representación

Como ya apuntábamos antes, con la promoción del arte sacro a través de las nuevas tecnologías, se corre el riesgo de caer en una mera presentación de un producto que a causa de su descontextualización, perdería parte de su potencia comunicativa. La solución a dichos problemas es una promoción del patrimonio eficaz, que contemple la naturaleza simbólica del arte sacro y potencie mediante las nuevas tecnologías la interiorización del mensaje y el deseo de establecer una comunicación directa con la obra para que no sea solo “presentar” la obra, sino suscitar el deseo de comunicación con aquel o aquello que representa.

### 2.- No sustituir sino promocionar

Para que comunicación y sacralidad vayan de la mano, una correcta interpretación y promoción del patrimonio debe apuntar a la visita directa de la obra artística. Todas las técnicas y recursos que se empleen en dicha promoción deben estar orientadas a promover la visita directa, la inmersión en el contexto de dicho patrimonio. Una visita virtual, por muy buena que sea, no debe nunca sustituir la visita directa.

Cualquiera que sea el medio empleado para la promoción turística del arte sacro, debe proporcionar los datos necesarios para que al realizarla, se genere en el receptor un deseo de sumergirse en un proceso de comunicación directo con la obra de arte y en el caso del arte sacro, con aquello a lo que representa.

Muchas gracias

Victoria Lamas

## BIBLIOGRAFÍA

BENEDICTO XVI, *Audiencia General*, Castelgandolfo, 31 de agosto de 2011.

JUAN PABLO II, *Carta a los artistas*, Ciudad del Vaticano, 1999.

LAMAS, V., “La fe expresada en el arte o el arte como expresión de la fe. El edificio sacro”, *Cuadernos de Pensamiento*, Fundación Universitaria Española, nº 26 (en fase de publicación).

MORALES, J., HAM S.H., “¿A qué interpretación nos referimos?”, *Boletín de Interpretación*, Asociación para la Interpretación del Patrimonio, España, nº 19 (2008), pp. 4-7; Cfr. MORALES MIRANDA, J., “Ideas para la formación esencial en interpretación”, III Seminario de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural, CENEAM, del 5-7 junio de 2008.

PONTIFICIO CONSEJO PARA LA CULTURA,

- *Para una pastoral de la Cultura*, Ciudad del Vaticano, 1999.
- *La Vía Pulchritudinis, camino de evangelización y de diálogo*, Asamblea Plenaria, Ciudad del Vaticano, 2004.

PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS BIENES CULTURALES DE LA IGLESIA, *Carta Circular, La función pastoral de los museos eclesíásticos*, Ciudad del Vaticano, 2001.