



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

La cultura del arte como multiconexión digital de audiencias
Espejel Martínez Rosalba y Vargas Morales Nayeli
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La cultura del arte como multiconexión digital de audiencias

Espejel Martínez Rosalba

rosalbaespejelmtz@gmail.com

Vargas Morales Nayeli

isnayelivargas@gmail.com

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Aragón | México

Resumen

En tiempos de pandemia, el sector cultural en México fue gravemente afectado, las personas dejaron de asistir al cine, teatro, museos, y de más foros artísticos para resguardarse en sus casas y hacer frente a la enfermedad Covid-19.

Por otro lado, como espectadores revaloramos la importancia del arte, nos dimos cuenta que es un medio para imaginar, crear, disfrutar y recomponer el tejido social que el confinamiento dejó a su paso.

A pesar de estas adversidades, la cultura resurgió, pero ahora en un formato diferente, la digitalización del arte fue un pilar para amenizar el contexto histórico por el que atravesamos este 2020.

La manera de lidiar con ello fue la estrategia digital que algunas instituciones dedicadas a la cultura en la República Mexicana implementaron para respetar los derechos culturales de los ciudadanos. Algunos de ellos fueron los recorridos virtuales a museos, exposiciones digitales, obras de teatro online, conciertos vía streaming, e-books, conferencias y plataformas gratuitas para ver películas, formaron parte de la nueva realidad cultural en México.

Durante este periodo tanto artistas como espectadores se tuvieron que adaptar a esta

digitalización forzada provocada por la pandemia. Muchos creadores artísticos y culturales tomaron de referente este contexto histórico para ofrecerle al público nuevas maneras de crear arte a través de la virtualidad.

Una de las ventajas que se obtuvo en estos experimentos fue la multiconexión masiva de las audiencias, pues con las nuevas tecnologías fue más fácil poder enlazar al público directamente con los artistas en tiempo real desde cualquier parte del mundo.

Ante la situación que muchas organizaciones enfrentaron, se dieron a conocer una variedad de plataformas para videoconferencias, que casi nunca antes fueron mencionadas. De este modo los usuarios disfrutaban desde la comodidad de sus hogares puestas en escena que tal vez nunca se llegaron a imaginar.

Una estrategia más fueron las convocatorias de creación artística para todo tipo de edades, inspiradas en el confinamiento; en la pandemia; en la pérdida de seres queridos; en los médicos; entre otros temas relacionados.

La unión de contenidos de diferentes organizaciones dedicadas a la cultura también destacó en este periodo, en donde sin importar la institución, o medio de comunicación, se abrió paso a nuevas alianzas en favor del sector cultural para beneficio de las audiencias.

Sin duda este hecho histórico dejó una huella importante en la industria cultural, ahora solo queda esperar para que estos recintos dedicados al arte abran de una manera paulatina, cumpliendo todos los estándares de salubridad y se reincorporen a esta nueva normalidad que ha dejado la pandemia por Covid-19.

Palabras clave

Pandemia, multiconexión, audiencia.

El confinamiento obligado a causa del virus de Covid-19, ha tenido importantes repercusiones en el sector cultural, las personas dejaron de asistir al cine, teatro, museos, y de más foros artísticos para resguardarse en sus casas y hacer frente a la pandemia mundial. En este contexto, nos dimos la tarea de identificar las acciones que el Gobierno de la Ciudad de México realizó y continúa aplicando tras la crisis de esta pandemia.

La crisis afecta a los hábitos de consumo previo que llevan a rutinas difícilmente quebrantables, es decir, algunos de nosotros preferimos consumir otros productos que

nos liberen del estrés diario y muy pocas personas nos desplazamos a otros lugares a presenciar este tipo de arte. Muy pocas instituciones o artistas han pensado en este problema y han utilizado otros recursos donde se pueda observar con mayor facilidad.

Hasta aquí ubicamos un obstáculo, y a su vez presentamos esta fórmula para la importancia de conocer a la cultura, dada de la siguiente manera:

Importancia= (hábitos de consumo) (el deseo de elección del objeto artístico).

Esta tiene una presentación multiplicativa, ya que si alguno de estos dos elementos tiende a cero, nos llevaría a una crisis en el conocimiento de la cultura y el arte, en consecuencia nos generaría un riesgo. Obviamente estos no tienen valores numéricos, es una relación formal cualitativa.

Antes de la pandemia, los eventos convocaban a las audiencias a lugares determinados para apreciarlas, tras estos desafortunados eventos, las personas dejaron de asistir a proyectos presenciales artísticos y culturales, porque pone en juego su salud. Con esta premisa, nos preguntamos cómo es que podemos enriquecernos de conocimiento de distintos ámbitos artísticos y culturales, sin exponernos al salir de casa.

Tal parece que este sector está en crisis porque en su mayoría, lo que se puede aprender es físico y presencial en recintos como museos, galerías, salones de exposición o incluso en la misma calle, como lo es el conocido cultura popular. Es nuestro menester ubicar que este sector está en una crisis, se encuentra en una coyuntura de cambios que nos obliga a transmitirlos gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs), en esta era digital que somos parte de ella desde la última década del siglo XX.

Anteriormente se hizo mención de la dualidad de las características iniciales de la cultura, comenzando por la elitista, socialmente hablando evoca a un grupo que se autodenomina la cúspide por sobre otras, por ende se relaciona con el poder intelectual, económico y político. Dicho esto nos hace imaginar aquellos que tienen el poder adquisitivo y social de mando por determinar lo que es mejor o lo que no, lo que pertenece a su esfera de poder y lo que socialmente hablando, es aceptado en cierto punto.

La Real Academia Española lo describe como un comportamiento que dicta las preferencias que no son ordinarias, supera las expectativas y se posiciona, lógicamente el concepto de cultura de elite es esta fenomenología de la masa de poder, en consecuencia quienes se desarrollan en este ambiente recibe conocimientos establecidos

sobre el cánón hegemónico, lo estético y socialmente aceptado por este nicho poderoso.

Por otro lado lo popular versa en la pertenencia del pueblo, en una mezcla de masas que a pesar de ser una cantidad grande, son dominadas por las élites, en contexto sus productos culturales no pertenecen a lo establecido y no son tomadas con la importancia que deberían, son producciones de costumbres, de tradiciones históricas generacionales del pueblo.

Ahora bien en nuestro contexto aún existen estas distinciones y la aprehensión de la sociedad a la importancia que cada uno le da, son elementos como la cátedra educativa, técnicas, experiencia incluso el discurso. Para nuestros fines lo relacionaremos al recinto, ya sea un museo, galería, un teatro, un centro de exposiciones, entre otros; significa salir de nuestras casas para visitar y ser partícipe de esta experiencia.

En este punto se podría declarar crisis porque la producción de esta cultura no se “debería” exhibir en cualquier otro lugar que no fueran los que ya nos tienen establecidos en la mente.

Retóricamente, qué haríamos con las obras y exposición a *La Casa Azul* a del Museo Frida Kahlo, qué ocurriría con los talleres de enseñanza artística, qué pasaría con nuestros grandes murales en Tlatelolco, qué pasaría con el festival folclórico de riqueza cultural oaxaqueña, *La Guelaguetza*, cómo daríamos exposición de las 193 zonas arqueológicas y una paleontológica. El baile folklórico, nuestras presentaciones de la Orquesta Sinfónica Nacional, peor no sólo los objetos, los artistas vivos, quienes producen arte físico como pinturas, esculturas, quienes se dedican a la producción musical, quienes utilizan la poesía, la actuación, el arte urbano, el breakdance, el muralismo en el instante, o exposiciones en la calle como desfiles.

Para esto, encontramos tres puntos de convergencia:

La distinción del arte popular y elitista, siguen vigentes ya que existe una aprehensión y rechazo por ejemplo, existen quienes prefieren acudir al Palacio de Bellas Artes en el Centro Histórico de la Ciudad de México y otros quienes no les importa pagar tan solo 5 pesos mexicanos y apreciar conciertos musicales y funciones de cine documental, en estaciones del Metro.¹

Reconocemos que la producción y prácticas culturales necesita espacios donde presentarse, puesto que estas narrativas, algunas, son exclusivos para ser apreciados en recintos oficiales. Por otro lado, existen diversos agentes culturales que no necesariamente requieren una galería o un teatro para presentarse. También se puede

tomar a nuestra producción cultural en las calles, por elección o porque es inherente del discurso artístico.

Este punto es la convergencia de cultura idealmente popular y elitista.

Dada la restricción de salir de casa a causa del Covid-19, todos sin excepción migraron forzosamente -algunos- a la digitalización por la que atravesaron diferentes industrias artísticas para no perder audiencias, y para continuar con esta educación de nuestra y otras culturas.

De tal forma, se busca crear, difundir y preservar la cultura a través de la difusión y exposición de cada uno de los objetos artísticos para que sean conocidos a través de diversos formatos que nos brinda las tecnologías y los medios de comunicación digital.

Como lo menciona A. Einstein, la crisis no hay desafíos, pero existen rutinas y es menester que al superar la crisis, se supere a sí mismo sin quedar superado. De tal forma que esta crisis por pandemia, nos haga reflexionar además en las múltiples formas de expansión de cultura que nos falta desarrollar incluso con crisis de confinamiento y de salud mundial. Por ello observamos que no sólo se trata de impulsar el uso de tecnologías sino de difundir y exponer la idea del exponer los contenidos culturales.

Además las producciones que se desarrollaran actualmente y en un futuro tiende a líneas favorables por el uso del idioma, recordaremos que el lenguaje Español es la segunda lengua materna del mundo por número de hablantes la tercera lengua más utilizada en la Red.

Hacia estos propósitos, logramos las siguientes observaciones cualitativas:

a) Aquellas que utilizaban la digitalización como forma de difusión e incluso de exposición, continuaron con la misma modalidad (digital), en su mayoría es documentada por cultura popular.

b) Aquellas cuya exposición era física y presencial en un recinto, la misma modalidad (clásica) se transformaron y presentaron sus conceptos en un formato digital, accesible y poco ortodoxo. Esto va encaminado con las producciones clásicas en galerías, museos, presentaciones de danza, teatro, escultura, entre otras para transformarse vía streaming, realidad aumentada, visita 360°, presentación fotográfica y producciones audiovisuales.

Haciendo uso de las tecnologías no solo para difusión, ahora la nueva exposición.

c) Nuevas maneras de crear arte a través de la virtualidad. Con modalidades

mezcladas, cuya difusión y exposición ahonda en el mundo digital.

Durante la crisis sanitaria que se vivió en la Ciudad de México pudimos notar varios fenómenos que ocurrían alrededor de la capital en el ámbito cultural.

Por un lado, los espectadores revaloraron la importancia del arte como un medio de expresión, de comunicación, y de entretenimiento, durante la pandemia las actividades artísticas ayudaron al público a imaginar, crear, disfrutar y recomponer el tejido social que el confinamiento dejó a su paso.

A pesar de estas adversidades, la cultura resurgió pero ahora en un formato diferente, la digitalización forzada de la cultura fue un pilar para amenizar el contexto histórico por el que atravesamos este 2020.

Durante este periodo tanto artistas como espectadores se tuvieron que adaptar a esta digitalización forzada provocada por la pandemia. Muchos creadores artísticos y culturales tomaron de referente este contexto histórico para ofrecerle al público nuevas maneras de crear arte a través de la virtualidad.

Una de las maneras de lidiar con ello fueron las estrategias digitales que algunas instituciones dedicadas a la cultura en México implementaron para respetar los derechos culturales de los mexicanos.

Con la llegada del actual Gobierno de la Ciudad de México, la Secretaría de Cultura capitalina, creó el Instituto de la Defensa de los Derechos Culturales, instancia que se encarga de garantizar estos derechos como parte fundamental de los derechos humanos.

Estos derechos culturales se encuentran sustentados legalmente en el artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en el 8 de la Constitución de la Ciudad de México, así como en el 143 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública local y la Ley de los Derechos Culturales de los Habitantes y Visitantes de la capital.

Los derechos culturales brindan la identidad, la memoria histórica y el patrimonio, asume a todas las personas como detonadores de la cultura de México.

Como señala el artículo 8 inciso D de la Constitución de la Ciudad de México, los derechos culturales instan por el respeto, difusión y libre formación de las identidades culturales que constituyen el patrimonio de la humanidad, el emprendimiento de proyectos e iniciativas culturales y artísticas, la formación de espacios independientes y comunitarios y el ejercicio de la libertad creativa, cultural, artística, de opinión e información.

Para hacer valer estos derechos culturales durante el confinamiento por la pandemia Covid-19, el Gobierno de la Ciudad de México realizó recorridos virtuales a museos, exposiciones digitales, obras de teatro *online*, conciertos *vía streaming*, *e-books*, conferencias, talleres, y películas, con el fin de formar la nueva realidad cultural y respetar dichos derechos..

En la Ciudad de México, la Secretaria de Cultura local, lanzó el 21 de marzo de 2020 una plataforma especial denominada *Capital Cultural en Nuestra Casa*, en donde se albergan más de mil contenidos digitales, bajo sus siete líneas de planeación, cultura comunitaria, memoria y patrimonio cultural comunitario, educación y formación artística y cultural, festivales y fiestas, promoción y difusión de los derechos culturales, pueblos originarios, vinculación interinstitucional y cooperación cultural.

El sitio web disponible en www.capitalculturalennuestracasa.cdmx.gob.mx, ofrece de manera gratuita diversas opciones culturales y artísticas, poniendo al alcance de todos, una gama de contenidos virtuales hechos para todas las edades.

Durante su lanzamiento se presenciaron los primeros eventos digitales culturales en la Ciudad de México, como primer evento se tuvo el concierto *Noche de Primavera Virtual 2020*, el cual disfrutaron un millón 500 mil espectadores.

Otra de las actividades fue la transmisión de la *177 Representación de la Pasión, Muerte y Resurrección de Cristo en Iztapalapa*, realizada durante la Semana Santa que se realizó por primera vez de manera virtual en México.

A la página implementada por la Secretaria de Cultura de la Ciudad de México, durante el periodo de confinamiento también se le añadieron las actividades hechas en 2019, como el *Festival Cantares, Radical Mestizo*, el recorrido del Mega Desfile de Día de Muertos 2019, el Gran Festejo de Fin de Año, entre otras dinámicas.

Además de promover las actividades culturales digitales durante el confinamiento, la plataforma también se encargó de mantener informada a la sociedad día con día a través de noticias sobre la situación que enfrenta el país con la nueva enfermedad Covid-19.

Capital Cultural en Nuestra Casa, hoy ha conseguido tener más de 70,000,000 de interacciones y casi 20,000,000 de visitantes que acceden a los contenidos del sitio web.

La Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, durante la pandemia realizó intercambios de cooperación internacional, con organismos como las Comisiones de Cultura de la Organización de Ciudades y Gobiernos Locales (CGLU) y de la Unión de Ciudades Capitales de Iberoamérica (UCCI), también durante el confinamiento, se

realizó una alianza de plataformas digitales de cultura en casa, con las ciudades de Barcelona, Bogotá, Lima, Lisboa y Buenos Aires.

Las actividades virtuales en favor de la cultura que se lograron durante el 2020 en la Ciudad de México fueron los talleres de artes y oficios, las nuevas declaratorias de patrimonio, el bici y auto cinema Mixhuca, la publicación de contenido virtual de museos, obras de teatro, películas, talleres convocatorias, Karaoke virtual, y el memorial virtual *Bordando memorias desde el corazón*.

Una de las ventajas que se obtuvo al digitalizar los eventos culturales, fue la multiconexión masiva de las audiencias, pues con las nuevas tecnologías fue más fácil poder enlazar al público directamente con los artistas y los contenidos en tiempo real desde cualquier parte del mundo.

Aunque esta realidad no fue la misma para todos, ya que como se explicaba en un principio, el arte y la cultura se tornan elitistas, y más aún en tiempos difíciles en donde sin una conexión a internet y el arraigo obligado por la pandemia, es difícil que toda la sociedad pueda tener un acceso a estos contenidos.

Hoy en día se ha regresado de manera controlada a los espacios culturales, con medidas de salubridad como respetar el aforo del 30 por ciento de la totalidad de los recintos, señalización de rutas de entrada y salida, la redistribución de butacas para mantener la distancia entre los asistentes, el público deberá utilizar de forma obligatoria cubre bocas y algunas de las funciones se realizarán con las puertas y cortinas abiertas para permitir la circulación del aire, además de que se establecerán filtros sanitarios en los accesos para la detección de síntomas y la sanitización constante de los recintos culturales.

La cultura y el arte son una armonía poéticamente matizadas de emociones y conocimiento que merecen la pena mirar y recordar lo importante, así como es el deseo de experimentarlo de manera física o inclusive en formatos digitales.

Sin duda este hecho histórico dejó una huella importante en la industria cultural, la manera de vivir el arte y la cultura ha cambiado, ahora solo queda esperar para que estos recintos dedicados al arte reabran de una manera paulatina, cumpliendo todos los estándares de salubridad y se reincorporen a esta nueva normalidad que ha dejado la pandemia por Covid-19.

Referencias

Definición de la palabra elitista. *Real Academia Española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/elitista>

Día Internacional de la Lengua Materna: ¿es realmente el español un idioma difícil de aprender? (21 febrero 2020). *BBC*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51582396>

Notas

¹ El Sistema de Transporte Colectivo Metro ofrece en sus diferentes modalidades, eventos culturales como lo son música, cine, teatro y exposiciones en los corredores de las líneas del subterráneo mientras se transportan a sus destinos, ya que en el marco cultural, considera relevante el acercamiento de la cultura a los usuarios.