

Eje 17. Comunicación y cultura / Arte / Estética
Coordina Ana Laura Alonso y Román Mayorá

Arte digital en el contexto de pandemia: el caso del teatro y museos en Argentina

Natalia Aguerre | Universidad Nacional de La Plata, Argentina
aguerre.natalia@yahoo.com

Marisa Rigo | Universidad Nacional de La Plata, Argentina
marisarigo85@gmail.com

Resumen

El campo del arte fue sin duda uno de los rubros más afectados por la pandemia, en relación a los modos de replantear las prácticas artísticas, sus vinculaciones con los públicos y los espacios de exhibición. Al decretarse el aislamiento obligatorio, determinadas instituciones artísticas como teatros y museos –privados y estatales–, que han tenido una política de archivos apelaron a ellos para no romper el lazo con el público mientras que grupos independientes ensayaron todo tipo de artilugios para no romper el lazo con sus interlocutores.

El propósito de la ponencia es analizar cómo el teatro y los museos encontraron en espacios digitales (plataformas de streaming y redes sociales), un nuevo escenario para contar historias y cómo los públicos reaccionaron ante esta nueva propuesta. Además, se reflexionará cómo el teatro y el museo online permitieron la participación de los públicos más allá de Argentina, de los eventos digitales.

En este escenario de nuevos modos de creación y exhibición surge la pregunta sobre la continuidad de estos dispositivos para las prácticas teatrales y en qué medida, los recursos de puestas en línea y acceso a obras de los museos auguran una desigualdad que limita la garantía democratizadora de la cultura.

Las estrategias teórico-metodológicas del estudio son la de observación y el análisis de contenido digital. El abordaje analítico y crítico se contempla como la mejor de las fórmulas para determinar los cambios producidos en el consumo del arte, transformaciones que deben contemplarse en base al contexto social donde se insertan.

Por último, el trabajo se enmarca dentro del campo de la comunicación, en una teoría de la comunicación digital interactiva; al estudiar los procesos de comunicación mediados

por tecnologías digitales, donde surgen procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular. Si bien en el marco de la pandemia, los procesos artísticos se manifestaron en las redes sociales, sus efectos van más allá.

Palabras clave: pandemia, arte, convergencia digital

Introducción

En el año 2020 la pandemia por COVID-19 irrumpió y modificó completamente las rutinas. El campo del arte no quedó exento y se convirtió en una de las áreas más afectadas por la pandemia. Se reformularon los modos de hacer arte, las prácticas artísticas, y la relación con los públicos y los espacios de exhibición.

En un contexto de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO), los teatros y museos, tanto privados como estatales debieron reinventarse para seguir subsistiendo.

El propósito de la ponencia es analizar cómo el teatro y los museos encontraron en espacios digitales (plataformas de streaming y redes sociales), un nuevo escenario para contar historias, diseñar sus programaciones y cómo los públicos reaccionaron ante esta nueva propuesta. Además, se reflexionará cómo el teatro y el museo online permitieron la participación de los públicos más allá de Argentina, de los eventos digitales.

Los casos elegidos son el teatro comercial de Buenos Aires, la digitalización del mismo y los cambios producidos en el consumo del arte. Los museos seleccionados son Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), Museo de Artes Visuales (MAVI), Museo de Arte Contemporáneo de Lima (MAC Lima), Unidad de Artes y Otras Colecciones del Banco de la República, en Colombia, Reina Sofía de España y el Centro de Arte Experimental Vigo, de la ciudad de La Plata.

De este modo, se analizarán las nuevas formas de creación y exhibición, para observar qué acciones aplicaron para transferir el material físico y las actividades presenciales al ámbito digital y responder sobre la continuidad de estos dispositivos y el acceso a los mismos en las prácticas teatrales y museísticas.

El teatro comercial digital

La llegada de la pandemia provocó el cierre de actividades que convocaban a una gran cantidad de personas a la participación en espacios cerrados, con el objetivo de evitar la propagación del virus y los contagios masivos.

El teatro fue uno de los primeros sectores en ser cerrado y sin miras de reapertura inmediata. Con el transcurso de los meses y sin ninguna señal de cambios, las organizaciones de empresarios teatrales buscaron nuevas herramientas para no perder fuentes de trabajo ni el vínculo con sus públicos.

Este sector, afectado por la crisis sanitaria, no solamente impactó a los actores y actrices, sino que también representó una pérdida de fuente laboral para técnicos, músicos, bailarines y los trabajadores de las salas teatrales.

Se pensó en diversas estrategias para aplicar, como la generación de contenidos digitales nuevos y la retransmisión de grabaciones teatrales antiguas por plataformas digitales.

La era de convergencia tecnológica en la que estamos inmersos permitió la realización de un conjunto de acciones que posibilitaron que los teatros puedan tener un ingreso económico. A pesar de que no era suficiente, permitió cubrir porcentajes de sueldos,

pago de servicios, entre otros. En este punto es interesante retomar a Henry Jenkins (2008: 17):

Ahora ha resurgido la convergencia como un importante punto de referencia, mientras las empresas mediáticas viejas y nuevas intentan imaginar el futuro de la industria de entretenimiento. Si el paradigma de la revolución digital presumía que los nuevos medios desplazarían a los viejos, el emergente paradigma de la convergencia asume que los viejos y nuevos medios interaccionarán de formas cada vez más complejas. El paradigma de la revolución digital afirmaba que los nuevos medios iban a cambiarlo todo. Tras la quiebra del punto-com, la tendencia era imaginar que los nuevos medios no habían cambiado nada. Como sucede con tantas cosas en lo que atañe al entorno mediático actual, la verdad yace en algún lugar intermedio. Los líderes de la industria regresan cada vez más a la convergencia como un modo de comprender un momento de cambio desorientador. En ese sentido, la convergencia es un viejo concepto que adapta nuevos significados.

La digitalización abrió un nuevo escenario de difusión y conexión con el público. El teatro cambió. Las tecnologías digitales facilitaron la apertura de distintos escenarios y opciones de hacer teatro. Las multipantallas se convirtieron en un espacio de encuentro tanto para ensayar como para transmitir obras teatrales.

La transformación del ámbito presencial al digital generó nuevos modos de consumo teatral, dejando atrás la instancia de que el público vaya a buscarlo a una sala teatral, y ofreciendo que el teatro entre a las casas de los espectadores.

Como afirma Laura Malosetti (2020: 1):

El encierro ha obligado al rey de los sentidos, el de la vista, a quedar atrapado en el brillo de las pantallas. No se puede mirar lejos, no percibimos las texturas ni la atmósfera desdibujando la nitidez de los contornos. No vemos los colores ni los volúmenes sino su transposición plana en dispositivos de formatos arbitrarios. No se puede visitar museos ni parques ni teatros, no se puede ver a los seres queridos más que a través de píxeles que se desdibujan y dependen de las conexiones electrónicas.

Un caso para analizar es la creación de la plataforma digital *Teatrix*¹. La misma se convirtió en la primera plataforma de la Argentina que permite visualizar obras de teatro online desde cualquier dispositivo (*smart tv*, teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras), mediante una suscripción mensual fija.

¹ <https://www.teatrix.com/>



(Teatrix, [2021a])

La oferta de obras es variada, desde dramas, comedias, musicales, clásicos y unipersonales. Son más de 100 obras diferentes del teatro Argentino, Broadway y Brasil. Sin dudas el vínculo con el público se vió modificado. Los cambios producidos en el consumo del arte deben contemplarse en base al contexto social donde se insertan. El acceso al teatro es diferente, no es lo mismo sostener el teatro comercial que el teatro *under*. Las realidades, los contextos son diferentes al igual que la participación. Por este motivo, no se puede generalizar sobre el consumo cultural. En este sentido, Nestor García Canclini (2006: 90) enuncia:

“La hibridaciones de los consumos no son homogéneas. Las diferencias sociales se manifiestan y reproducen en las distinciones simbólicas que separan a los consumidores: a quienes asisten a los museos y conciertos de los que no van (...)”.

Al estudiar el consumo cultural y los procesos de comunicación mediados por la tecnología no se pueden negar los procesos de intercambio y consumo simbólico que emergen en la comunicación digital interactiva. Entendiendo, las diferencias, desigualdades, alcances y limitaciones que conlleva el proceso de acceso al teatro *on line*.

Reprogramación de los museos en pandemia: un camino hacia el futuro

Los museos son espacios que entrecruzan la educación y la dispersión y donde la comunicación científica generada por el trabajo de recopilación, preservación, investigación, interpretación, y exposición de sus acervos, da lugar a encuentros con el público visitante para exhibir representaciones e historias que forman parte del patrimonio cultural de los pueblos. La llegada del COVID-19 evidenció un impacto en el funcionamiento de estas instituciones, no solo por la ausencia del público visitante sino por su propio desarrollo intrínseco para la investigación, dado que son sitios vitales donde se almacena el conocimiento sobre cualquier objeto registrado, gracias al trabajo de los curadores que se actualizan permanentemente a medida que surgen nuevas líneas de investigación; es decir repositorios activos de la memoria cultural (Morgan y Macdonald, 2018). Frente a ello, la pregunta sobre cómo hacer para transferir el material físico y las actividades presenciales al ámbito digital, marcó un camino de quiebre de los paradigmas establecidos.

A partir del establecimiento del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), dichas instituciones culturales realizaron los primeros diagnósticos, los cuales arrojaron la certeza de que el turismo masivo no sería viable junto a las visitas de educativas de los colegios y que las recaudaciones, también se verían afectadas. Bajo este contexto, los museos debieron implementar nuevos programas para su funcionamiento y alcance de público objetivo en tiempos de distanciamiento social.

Lo primero que surgió fue la vinculación con la gente a través de las redes sociales para redirigir a sus visitantes a sus páginas web donde éstos podían explorar sus archivos digitalizados con notas e información complementaria. Con el transcurrir del tiempo, las visitas virtuales, *lives* en *Instagram*, relecturas de la colección, concursos para seguidores en redes sociales, o proyectos que exponían la "actividad" de los artistas en sus hogares fueron algunas soluciones creativas puestas en práctica en museos de Latinoamérica. Podemos hacer mención de algunos planes de los principales museos de la región como: El Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (MALBA), se encuentra en proceso de migración y exhibición digital de sus colecciones, gracias a la colaboración de artistas, uso de archivo y aprovechamiento del diálogo interdisciplinario que ofrece el cine, la literatura y las artes visuales. Durante el 2020 y 2021, el museo expuso sus publicaciones, cursos online y material pedagógico de manera gratuita al público.



Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires

<https://www.malba.org.ar/>

El Museo de Artes Visuales (MAVI) de Chile reprogramó todas las exposiciones que estaban agendadas para el 2020, pasando sus inauguraciones para el 2021, y compartieron otras exposiciones en sus redes para lograr llegar a otros públicos. En el caso particular de la muestra *Libre de ácido*, que nunca llegó a inaugurarse, hicieron un llamado a los artistas participantes para que realizaran videos caseros en los que mostraban y explicaban sus obras, de manera más cercana e íntima.



Museo de Artes Visuales

<https://www.mavi.cl/>

El Museo de Arte Contemporáneo de Lima (MAC Lima) también ha entendido la importancia de la difusión digital bajo estas circunstancias, y ha movilizó la promoción de artistas contemporáneos en el Perú por medio de sus plataformas web, además de dar a conocer la colección de arte moderno de la institución.



Museo de Arte Contemporáneo de Lima

<https://maclima.pe/>

En tanto, la Unidad de Artes y Otras Colecciones del Banco de la República, en Colombia, cuenta con un repositorio digital y ha puesto a disposición del público talleres con el fin de estimular una mediación más activa y práctica. También han impulsado el proyecto *Interior/Exterior*, un programa de descentralización que busca la participación de artistas de distintas partes de Colombia.



Unidad de Artes y Otras Colecciones del Banco de la República, en Colombia

<https://www.banrepcultural.org/coleccion-de-arte>

Estas acciones (eficaces para el marco del ASPO), llevan a problematizar el campo de la comunicación en términos de cómo se efectúa la divulgación del conocimiento cultural y la memoria estética/política de los pueblos, ya que estas prácticas pudieron ser realizadas por instituciones que poseen recursos humanos y económicos para la digitalización de archivos, para la programación y diseño *web* y/o seguridad informática, promoviendo, además, una comunicación unidireccional donde se concentran textos, imágenes planas y pocas opciones para el espectador en cuanto a cómo navegar por ellas (Kahn, 2017). El campo del arte (en este caso, los teatros y museos), requiere un replanteamiento en su relación con los viejos y nuevos medios, pero sustancialmente en el reconocimiento de las

desigualdades que poseen muchas instituciones culturales, por caso los pequeños museos, que bajo condiciones de inestabilidad económica y precariedad tecnológica tuvieron que “apagarse” durante la pandemia. Consideramos que la clave de inicio en este nuevo contexto que la pandemia provocó, se encuentra en hacer uso de las posibilidades que ofrecen estos medios digitales generando nuevas narrativas, a partir de la ampliación de conocimiento y de relaciones de grandes y pequeñas instituciones mediante programas que permitan la exposición de sus piezas documentales.

Al momento de la escritura de esta ponencia se está llevando a cabo el IV encuentro de Archivos del Común organizado por el Museo Reina Sofía de España y la Red de Conceptualismos del Sur. Una experiencia que pretende reflexionar el contexto de pandemia y las cuestiones de la memoria social, cultural y política del trabajo de los archivos que la producen, custodian y transmiten, destacando el cuidado del patrimonio común de las memorias menores y subalternas.

La iniciativa pretende pensar cómo a partir del COVID-19, las prácticas de archivo que producen los museos pueden alimentar un nuevo marco de imaginación social y política que fortalezca el carácter democrático de nuestras sociedades. En función de ello, se han establecido sedes descentralizadas de actuación donde se encuentra: México DF (Arkehia-MUAC), Santiago de Chile (Londres 38), Rosario (Castagnino-MACRO y CCEspaña), La Plata (Centro de Arte UNLP/Casa Rio/Centro de Arte Experimental Vigo).

Dependiendo de la programación y de las posibilidades de cada espacio se llevará a cabo mesas (formato ponencia y mesa redonda) y actividades propias al programa del encuentro que serán registradas en distintos formatos (video, fotografías, memoria escrita) y compartidas en la *web* del evento mediante retransmisiones *in situ*.

En el caso del Centro de Arte Experimental Vigo, una institución sin fines de lucro que preserva y resguarda la obra del artista platense Edgardo Antonio Vigo realizará dos performance que serán grabadas y retransmitidas por streaming donde se problematizará el modo de reactivación, en el ámbito digital, de las piezas documentales del Fondo Documental de Arte Correo. La propuesta es auscultar el pasado para hacer reaccionar el presente, a partir de potenciar, comprender, construir, tensionar la complejidad del presente. Este encuentro pondrá en evidencia los profundos cambios que la institución museística ha experimentado durante las últimas décadas a partir de la deconstrucción de los paradigmas de la modernidad y de la posmodernidad; de las profundas crisis económicas, sociales y políticas que atraviesan nuestras sociedades en torno a los diversos tipos de representación artística, institucional, política y cultural; y de las transformaciones estructurales que están experimentando la institucionalidad de la cultura y sus contenedores artísticos, sus públicos, sus grupos de referencia y sus usuarios en general, provocadas por los profundos cambios que han conocido los sujetos productivos, artísticos, políticos y económicos producto de la pandemia.

Reflexiones finales

La pandemia trajo consigo la consciencia y la profundización de programas y acciones que permitan la descentralización de experiencias artísticas y reservorios documentales. Esto supone también el desarrollo de representaciones y narraciones enunciadas desde una multiplicidad de relatos emanados de los actores implicados, de los recursos comunes compartidos y la materialización de iniciativas y estrategias de trabajo colaborativo que posibilitará la construcción de nuevos modelos de prácticas culturales.

La digitalización permitió diversificar los modos de hacer arte. El surgimiento de nuevas prácticas y de experiencias de producir y consumir arte en un contexto online, posibilitó que las obras trasciendan fronteras, sean conocidas globalmente.

La expansión del arte a escala mundial también fue una de las consecuencias que dejó la pandemia. Poder compartir experiencias, debatir sobre arte, y trabajar en conjunto desde diferentes partes del mundo se fortalecieron en el escenario pandémico.

En este contexto, de múltiples transformaciones y cambios constantes, quedan preguntas abiertas sobre los nuevos canales y medios para hacer arte después de la pandemia: ¿surgirán nuevas experiencias de hacer arte?, ¿se modificará el consumo del arte? ¿qué prácticas quedarán y cuáles desaparecerán?

Por último, es fundamental replantearse cuál será el rol del arte en la post pandemia, y cómo se resignificarán las diferentes expresiones artísticas.

Referencias bibliográficas

GARCÍA CANCLINI, Néstor [1993] (2006). "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica". En Sunkel, Guillermo (coord.). El consumo cultural en América Latina. Convenio Andrés Bello, pp. 72-95.

JENKINS, Henry (2008). "Introducción", en *Convergence Culture*. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona, Paidós, pp. 13-34.

KAHN, R (2020). "The Covid 19 es prompting many museums to reconsider how they communicate their research to the public". *Elephant in the Lab*. Disponible en: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3751749>

MALOSETTI, Laura (2020). "Coronavirus y subjetividades. El desorden de los sentidos". En *Revista Anfibia*. Recuperado en septiembre de 2021 de <https://www.revistaanfibia.com/cronica/desorden-los-sentidos/>

MORGAN, J. y Macdonald, S. (2018). "Descrecimiento de colecciones de museos para nuevos futuros patrimoniales". *Internacional Journal of Heritage Studies*: 26 -pp. 56-70. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/13527258>