



Instituto
IDEAS

INSTITUTO DE ECONOMÍA APLICADA Y SOCIEDAD

Arte y Cultura

ARTE Y CULTURA EN CUARENTENA: LA REINVENCIÓN DEL ESPECTACULO TRAS LA PANDEMIA

MAYO 2020

PABLO DUARTE

INÉS MARÍA FISZMAN



@InstitutoIdeas_



Instituto IDEAS



@InstitutoIdeas_

LA REINVENCIÓN DEL ESPECTACULO TRAS LA PANDEMIA

El contexto de pandemia y cuarentena presentó y sigue presentando problemas y desafíos para todos los sectores, pero estos son particularmente fuertes en el sector del arte y la cultura. Esto puede atribuirse a diversos motivos, entre los cuales se destacan:

- La cancelación de los eventos masivos, que afecta a las actividades artísticas y culturales, sucedió semanas antes de la sanción del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, y se prevé que continuará tiempo después de su finalización.
- Las experiencias artísticas y culturales generan ingresos para quien las produce en la medida en que estas llegan a su público.
- El sector del arte y la cultura está caracterizado por un enorme sector laboral informal, o con situaciones irregulares.
- Los contextos de crisis sociales son fecundos para el aumento de tanto la oferta como la demanda artística, ya que la música, el baile, el humor y cualquier disciplina del arte son espacios de sanación para los artistas que producen y para el público que consume.

De esta forma, el proceso de transformación digital llegó a la fuerza al negocio del entretenimiento, pudiendo comenzar a dar respuesta a gran parte de la problemática de la demanda gracias a la tecnología a disposición y a la creatividad e inventiva de los productores culturales. Sin embargo, el desafío continúa, ya que es necesario acelerar dicho proceso para que los artistas encuentren la nueva forma de monetizar su talento y se encamine una solución al conflicto de la oferta de arte y cultura.

En este contexto, cada individuo y cada grupo descubre nuevos "ciber-hábitos" en todos los ámbitos de la vida cotidiana, que si bien nacen para dar respuesta inmediata a las necesidades y deseos que surgen a raíz del aislamiento social obligatorio, tendrán un impacto en las costumbres que prevalecerán al finalizar la misma. Dentro de estos cambios de hábitos, se encuentran incluidos los relacionados con el esparcimiento y los consumos culturales, dando lugar al surgimiento de nuevos espacios para ser explorados, donde se generan encuentros entre los artistas y su público.

Esto es parte del nuevo desafío y la nueva generación de e-productores de *EnterTechMent* y *e-spectáculos*. Es el momento de la e-producción. Hace años se habla de *EnterTechMent* como una palabra que reúne los conceptos de Entretenimiento + Tecnología + *Mentoring* de artistas, y significa pensar e integrar soluciones como si fuera un sistema, un conjunto de elementos que se relacionan para lograr un objetivo en común. La tecnología para comunicar, para interactuar, para llegar al público, pero también embebida en el mismo espectáculo y como parte intrínseca de él. Y no se refiere a vivir experiencias inmersivas ni de realidad aumentada necesariamente, sino transitar un camino donde lo digital y lo real no tengan diferencias.

Puede presumirse que ya no todo será como era y lo que llegó vino para quedarse. En las últimas semanas, se pudieron ver online los conciertos digitales de la orquesta filarmónica de Berlín, un show al aire libre con los espectadores escuchando un concierto en vivo por FM en la modalidad autocine, al rapero estadounidense Travis

Scott lanzar su música en un show con millones de participantes inmersos en el videojuego Fornite, las mejores obras teatrales del Paseo La Plaza Online (que según informaron superaron el millón de espectadores en unas semanas), el Teatro Nacional Cervantes y Teatrix, la plataforma argentina de teatro on demand que creció más del 200% en y reprodujo más de 150 mil horas de streaming en el mes de abril.

Nunca el teatro tuvo tantos espectadores en formatos tan innovadores como en estas semanas, ni los artistas populares tantos espectadores online.

Sin embargo, la pregunta que marca el camino a seguir por este nuevo desafío es la que respecta a la monetización de estas experiencias de calidad: ¿De qué manera pueden ganar dinero estas plataformas online para que le llegue efectivamente a los artistas que producen las experiencias?

Se recuerda la respuesta de Eric Schmidt (ex-CEO de Google) cuando tras la adquisición de YouTube: Le preguntaron cómo iban a ganar plata con la plataforma, y su respuesta fue: *"Nosotros construimos estadios. Cuando se llena de gente vemos cómo monetizar"*.

Resulta evidente que una de las compañías más grandes del mundo, como lo es Google, contaba con mucho tiempo para esperar a que el estadio se llene, mientras que ahora los pequeños centros culturales y los pequeños productores artísticos necesitan una solución de corto plazo. Pero de alguna forma u otra, hoy el estadio se va llenando como nunca antes, con el cambio de hábitos que quedarán aprehendidos cuando se produzca la "vuelta a la normalidad" y deberían ser capitalizados para la generación de nuevas experiencias.

Es posible que los teatros y auditorios no vendan solo platea y pullman cuando el Aislamiento Social termine, sino que puedan incorporar una ventana virtual en vivo para quienes deseen disfrutar los espectáculos en forma remota. Incluso incorporando elementos adicionales que extiendan la experiencia, como por ejemplo las charlas en vivo con directores que se realizaron desde el complejo teatral de Buenos Aires, o la nueva modalidad de Platea VIP (Platea Interactiva Virtual) estrenada el 16 de mayo por un show de humor de Alejandro Gardinetti dedicado a los argentinos que quisieran disfrutarlo alrededor del mundo.

Al igual que los medios de comunicación se encuentran en un proceso de reinención constante, el mundo del espectáculo está acelerando su entrada a este proceso, donde los nuevos perfiles de los profesionales y productores tendrán que incorporar componentes inéditos hasta el momento y conocimientos extendidos.

En el sector tecnológico donde las experiencias artísticas y culturales se inmersan cada vez más, lo único constante es el cambio y se comprende que el nuevo mundo se construye en versión *Beta*, de forma progresiva y colaborativa, en base a experiencia y error.

Y más allá de nuevos desarrollos tecnológicos, esta inmersión permite que los espectáculos puedan tener una nueva dimensión. Claramente es importante tener **calidad** de contenidos y **cantidad** de espectadores, pero ahora se puede sumar la **calidez** en los espacios virtuales y acercarnos al público con nuevos formatos.

Para ello, será fundamental en primer lugar el desarrollo de nuevos roles que comprendan cómo capitalizar estos cambios repentinos de consumo. *El e-Productor de espectáculos, como el e-Manager de artistas, debe tener claro que ya no son necesarios los castings, ni depender de terceros para llegar necesariamente a las audiencias.* Los artistas en forma individual o sus obras, deben trascender la frontera

física, construir relaciones de largo plazo con sus audiencias y cuidarlas como lo hace una marca con sus clientes.

Finalmente, resulta menester destacar el rol que deberá cumplir el Estado en este proceso, acompañando tanto al sector público como privado e independiente en la adaptación acelerada que la situación actual le impone, tanto en lo inmediato con los diferentes programas de ayuda a trabajadores del sector artístico y cultural, como en el mediano y largo plazo mediante la facilitación de las plataformas virtuales disponibles, y principalmente con la legislación sobre la introducción de las nuevas tecnologías en el sector, de forma que los centros culturales, los trabajadores y los espectadores queden protegidos en el nuevo entorno virtual donde se llevan a cabo las actividades artísticas y culturales.

Es una nueva actitud, una nueva visión, una gran oportunidad donde el único que tiene el poder de decir si es bueno o no y es aceptado o no, lo tiene la gente, el público.

Salas oficiales o comerciales

www.teatrocolon.org.ar/en-vivo
www.facebook.com/TeatroColonOficial/
www.youtube.com/teatrocolontv
www.teatrocolon.org.ar/en-vivo
www.laplazaonline.com.ar
www.complejoteatral.gob.ar/teatro
www.teatrocervantes.gob.ar
www.buenosaires.gob.ar/culturaencasa
www.metropolitansura.com.ar

Teatro Online a la gorra virtual

www.deteatro.com.ar

Plataformas de Streaming

www.teatrix.com
www.teatroateatro.com

Salas Barriales

www.facebook.com/teatroeltinglado/
www.timbre4.com/
www.laodisea.com.ar/

Museos de artes plásticas y varios

www.comunicacionmbqm.wixsite.com/website-30/blank
www.museomoderno.org
www.malba.org.ar/recorrido-virtual/
www.bellasartes.gob.ar
web.museoevita.org.ar/
www.proa.org
www.facebook.com/FundacionProa/
ww.macnconicet.gob.ar/



@ideas_ciudad



Instituto IDEAS



@ideas_ciudad