

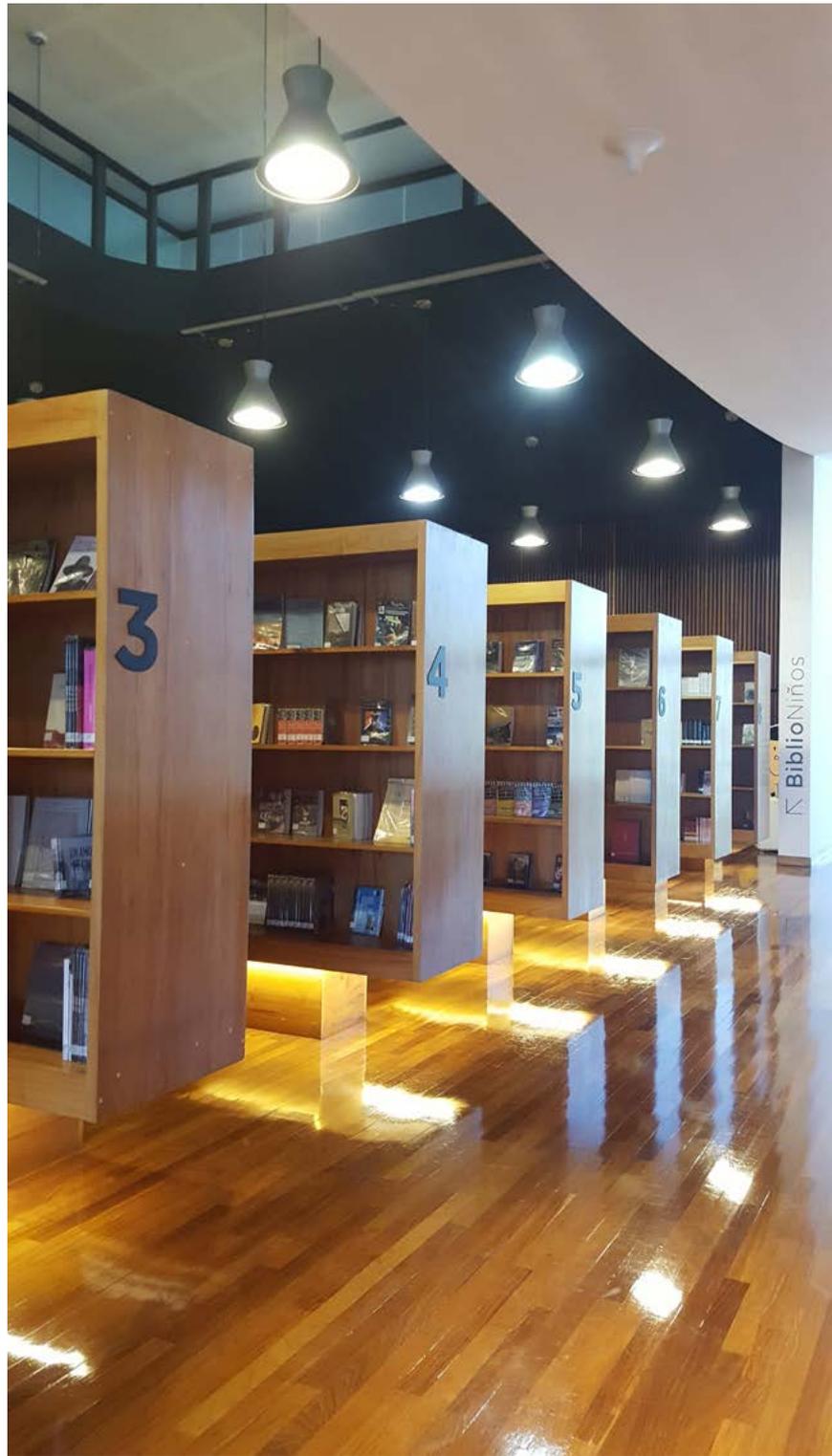


Mona Museum, Tasmania @Solanyi Robayo

LA CRISIS EN MEDIO DE LA CRISIS, UNA CUESTIÓN DE ACCESO

SOLANYI ROBAYO SOLARTE

Comunicadora Social y Periodista Colombiana. Estudiante del Magíster en Gestión Cultural de la Universidad de Chile. Posee más de 15 años de experiencia en Chile, Colombia y Australia, en gestión de proyectos culturales, investigación de audiencias, comunicación y marketing en organizaciones públicas, privadas y ONG. Actualmente se desempeña como Coordinadora de Programación Artística del Centro Cultural Gabriela Mistral, GAM.



BiblioGAM @Solanyi Robayo

1

Fuente: Pulso, Lunes 13 de Enero de 2020

2

Datos de 2018 de la CEPAL.

3

Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. Corporación Andina de Fomento, 2020. Naciones Unidas. 2020.

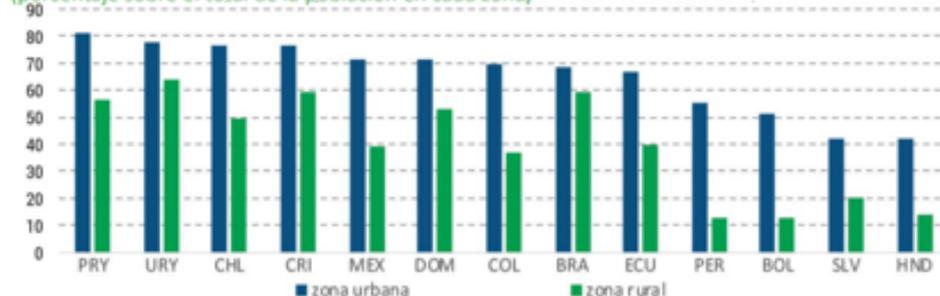
La crisis de la cultura no ha sido exclusivamente económica. El acceso a esa cultura también ha sido un tema de preocupación y estudio desde la misma aparición del concepto “gestión cultural”. De hecho, es justamente papel de la gestión visibilizar y diseñar puentes que conecten las producciones artistas con los públicos. Por eso es que desde el pasado 14 de marzo, momento en el que se desencadenó el cierre de espacios culturales en todo el país a raíz de la llegada de la Pandemia a Chile, los ojos de todos estuvieron puestos en la precaria economía de los artistas, que implicaba nuevos modelos de negocios, y en el cómo llegarían esos nuevos (o viejos) contenidos a los públicos.

El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio se ha centrado especialmente en el estudio del impacto económico, que en realidad tiene mucho sentido cuando se evidencia que sin recursos para la producción artística y cultural, básicamente no hay oferta, pero, después de casi 3 meses, se visualiza la brecha digital como una causa latente de la falta de acceso a la cultura en muchos sectores de la comunidad actual. ¿Qué se está haciendo para reducir esta brecha en el momento en el que más se ha necesitado? Estamos pensando en que si antes de la Pandemia los productos artísticos y culturales no eran una necesidad para muchas familias, ahora, cuando el problema es no tener un computador ni dinero para pagar Internet, y poder, por ejemplo, “mandar los niños a clase”, toda esta oferta queda perdida en la nube. Inclusive, en algún tiempo más será indudable que mucho del camino recorrido para acercar la cultura a todos los públicos se haya perdido.

Hoy más que nunca es necesario hablar de esta “nueva desigualdad”.¹ Transparentar que Internet (y la calidad de las redes), el acceso a nuevas tecnologías y el uso de dispositivos tecnológicos como la nueva forma de exclusión social, significa cambiar también los modelos de hacer gestión cultural y de hacer arte.

Según la CEPAL, solo el 50% de la población rural en Chile y cerca del 77% de la urbana tienen acceso a Internet², en un contexto en el que el informe “Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19”, de la Corporación Andina de Fomento, dice con negrita: “La penetración de Internet en hogares es la palanca fundamental para poder afrontar la pandemia”³ y no solo porque permite seguir funcionando a pesar del distanciamiento social, sino porque como ya lo hemos oído mucho desde el inicio del confinamiento, el acceso a los productos culturales también favorecen al bienestar emocional en tiempos inciertos.

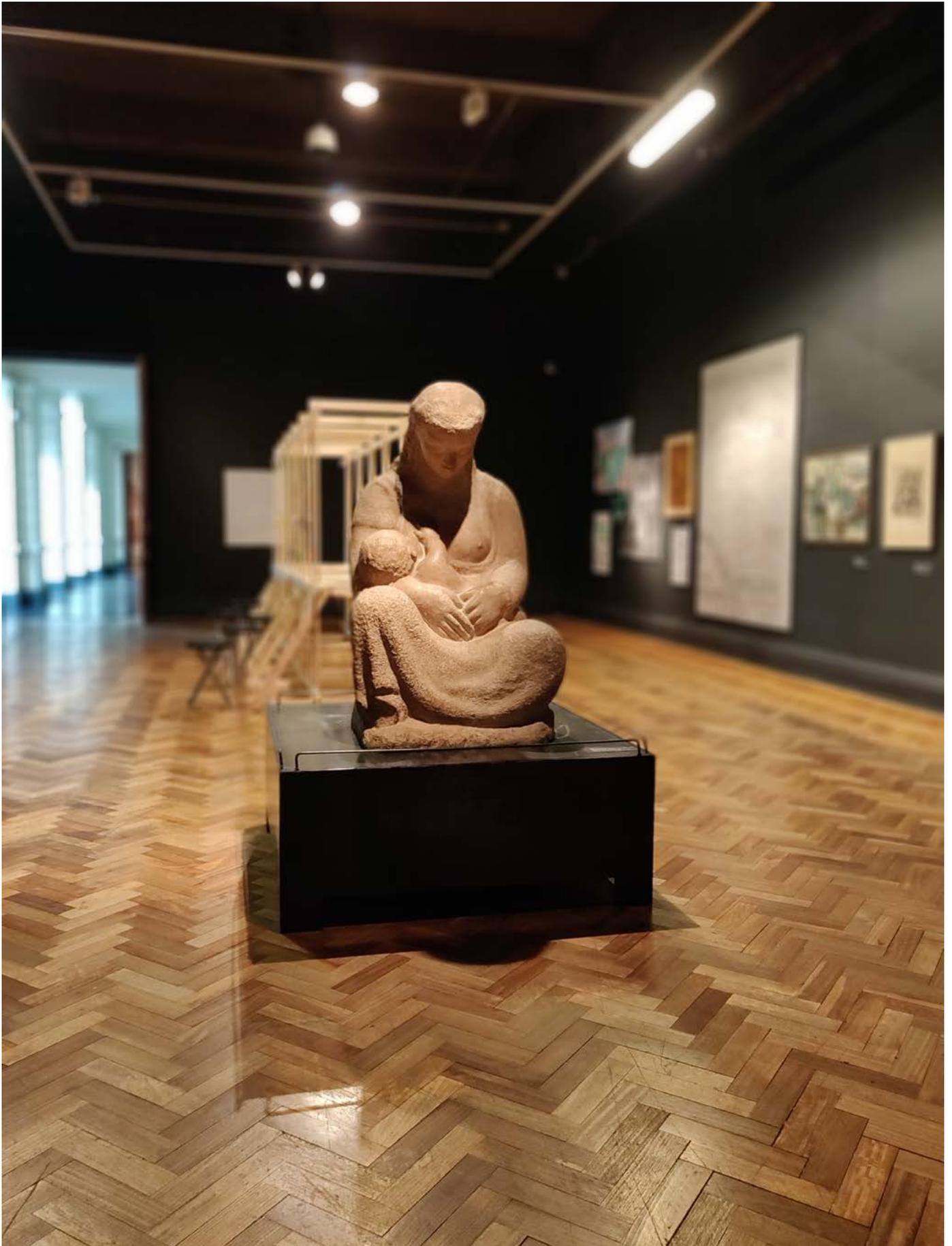
Gráfica 3. Usuarios de Internet (2017)
(porcentaje sobre el total de la población en cada zona)



Fuente: ORBA de la CEPAL

Gráfica 1.

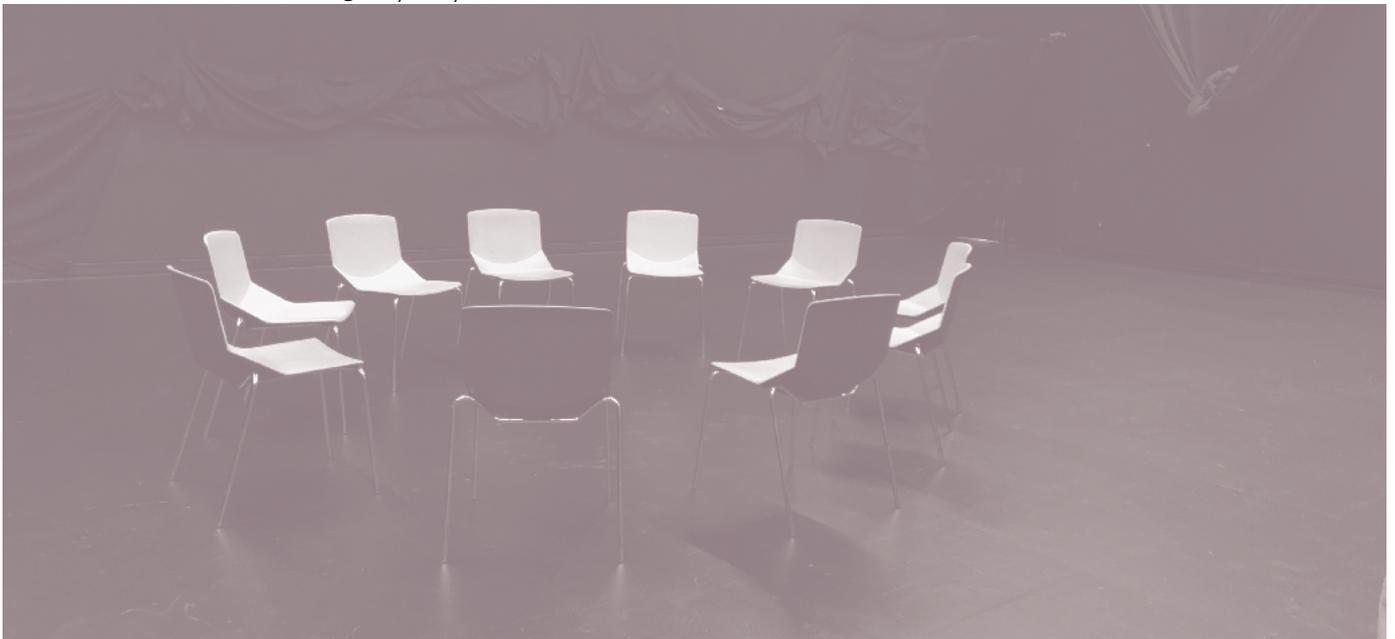
Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. Corporación Andina de Fomento, 2020. Naciones Unidas. 2020.



Museo Nacional de Bellas Artes @Solanyi Robayo



Sala N1 del Centro Cultural Gabriela Mistral @Solanyi Robayo



Por otro lado, las cifras no son mucho más alentadoras cuando se estudia la alfabetización digital de los artistas, creadores y los mismos gestores culturales. Según los resultados del Catastro del estado de la situación de agentes, centros y organizaciones cultural del Ministerio de las Culturas, las Artes, y el Patrimonio, a pesar de que existe un alto interés en desarrollar contenidos online, los agentes requieren asesoría para hacerlo (destacan las áreas de narración oral, el circo y los títeres, con más de un 45%).⁴ Gracias a este indicador, que pone en evidencia la necesidad de formación, se hacen algunas propuestas específicas en el mismo documento en temas de capacitación comercial, difusión y transformación digital.

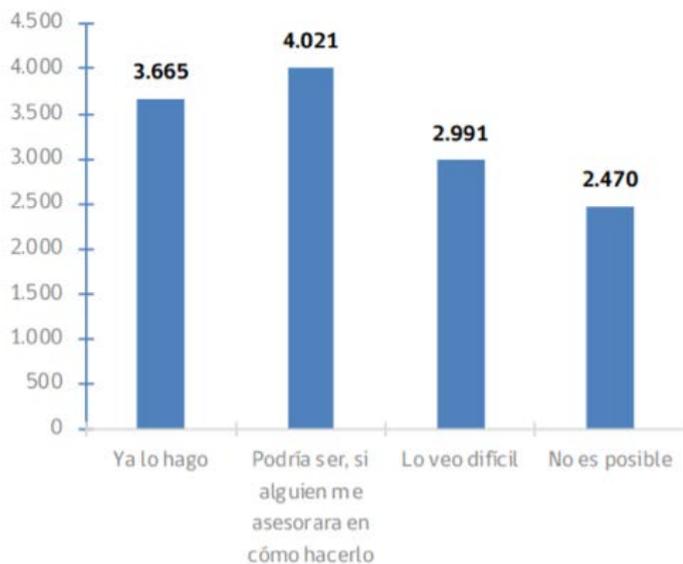


Gráfico 2. Posibilidades de realizar o difundir el trabajo cultural en formato on line. Personas naturales.

Por último, e inclusive más silencioso y poco estudiado en estos meses de cuarentena, está la formación de gestores culturales y trabajadores de organizaciones culturales. De ellos todavía las cifras no hablan, pero es evidente que analizando la capacidad de reacción de los diferentes espacios, solo unos pocos privilegiados fueron capaces de reinventarse con la velocidad que se requirió; otros, sobre todo en esos espacios regionales y rurales, continúan por un lado definiéndose en este nuevo esquema de trabajo y, por otro, luchando en medio de un modelo que ya los tenía excluidos y que, ahora, parece que los estuviera olvidando.

En resumen, el panorama del acceso a la cultura es hoy más crítico que antes, pero no difiere mucho de la situación anterior al Coronavirus. La población rural, los ciudadanos con menores posibilidades económicas, aquellos con menores posibilidades de educación se separan aún más de aquellos que tienen opciones de varios dispositivos móviles en su hogar, conexión estable a Internet e ingresos constantes.

Entonces, aunque en esta situación de confinamiento hay que reconocer que “la digitalización juega un papel fundamental en mitigar los efectos de la pandemia (...) es imprescindible que los gobiernos tanto a nivel nacional como subnacional, la industria, la academia y la sociedad civil latinoamericana conformen un acuerdo de colaboración y plan de trabajo conjunto que permita en el muy corto plazo identificar aquellas áreas que permitan mejorar el desempeño y maximizar el potencial del ecosistema digital”.⁵

Como agentes culturales y artistas, nuestra mirada ahora debe ser en encontrar esos nuevos modelos. Algunos han hablado de volver también a la televisión abierta y a las radios comunitarias. Lo que es cierto es que este nuevo modelo por un lado debe ser integral. O sea, que contemple las debilidades de formación del sector y los potenciales creativos de aquellos que ya venían produciendo en estos nuevos formatos; que considere las imposibilidades de acceso de casi el 30% de la población chilena, y también, muy importante, la organización sectorial para contribuir con la demanda de políticas inclusivas y acordes con la crisis por la que está pasando el arte y la cultura del mundo. ■