

LA CULTURA EN PANDEMIA: DE LAS POLÍTICAS CULTURALES A LAS TRANSFORMACIONES DEL SECTOR CULTURAL

Marina Moguillansky

IDAES-UNSAM-CONICET

RESUMEN

La pandemia y la cuarentena extendida han generado una situación inédita en la cual millones de personas se encontraron recluidas en sus hogares, con la necesidad de virtualizar no solo sus actividades laborales y educativas, sino también las lúdicas y recreativas. Así, las prácticas y consumos culturales en el hogar se multiplicaron e intensificaron, al mismo tiempo que el sector cultural sufría una crisis severa por el cierre de espacios e instituciones culturales, la suspensión de actividades productivas y las dificultades para sostenerse de los trabajadores y artistas. En este trabajo, exploramos las políticas culturales desplegadas por el Estado para mitigar la crisis del sector cultural y luego analizamos el impacto de la pandemia en las artes e industrias culturales, atendiendo en particular a los cambios, a los emergentes y a la situación de los trabajadores de cada rama de la cultura.

Palabras clave: Arte - Cultura - Pandemia - Cuarentena - Políticas

ABSTRACT

The pandemic and the extended quarantine have generated an unprecedented situation in which millions of people found themselves confined in their homes, with the need to virtualize not only their work and educational practices, but also leisure and recreational activities. Thus, cultural practices and consumptions in the home multiplied and intensified, at the same time that the cultural sector suffered a severe crisis due to the closure of cultural spaces and institutions, the suspension of productive activities and the difficulties of workers and artists to support themselves. In this work, we explore the

cultural policies deployed by the State to mitigate the crisis in the cultural sector and then we analyze the impact of the pandemic on the arts and cultural industries, paying particular attention to changes, emerging countries and the situation of workers of each branch of culture.

Key words: Art - Culture - Pandemic - Quarantine - Policies

Recibido: 30 de noviembre de 2020
Aceptado: 15 de abril de 2021

PANDEMIA, ARTE Y CULTURA

La pandemia del coronavirus puede entenderse como una crisis civilizatoria que dejó en suspenso las rutinas de la vida cotidiana, poniendo en jaque a la mayoría de las instituciones, actores y eventos del campo cultural con el cierre masivo de cines, teatros, salas de concierto, museos y centros culturales, la suspensión de recitales, festivales, bienales y todo tipo de actividad cultural presencial. La pandemia como crisis y acontecimiento ha operado también incitando la creatividad y las intervenciones artísticas. Desde marzo de 2020 hemos sido testigos de diversas intervenciones, creaciones y performances, tanto en los espacios públicos de las ciudades semidesiertas –en las fachadas de edificios, en los parques y en las playas– como en entornos virtuales y en las redes sociales. En estos diferentes espacios, el arte se propuso como una forma de elaboración simbólica de las pérdidas y el sufrimiento, como un reconocimiento a los héroes anónimos y por momentos también como crítica a la (in)acción de algunos gobiernos.

En mayo, Bansky pintó en una pared del hospital de Southampton a un niño que dejaba de lado sus muñecos de Batman para jugar con una enfermera. En julio pintó ratas escupiendo veneno en el metro de Londres y más recientemente pintó a una niña estornudando en una fachada de Bristol, Inglaterra. En Brasil, a comienzos de agosto, la playa de Copacabana, en Rio de Janeiro, amaneció cubierta de cruces negras, globos rojos y algunas banderas nacionales. Se trataba de una performance de la ONG Rio de Paz, que buscaba homenajear a las víctimas fatales del coronavirus, concientizar a la población sobre la tragedia humana cuando se rondaban las cien mil muertes en Brasil, y a la vez era una severa crítica a la posición negacionista de Jair Bolsonaro, presidente del país. También en diversas campañas de prevención estatales, se apeló a las intervenciones de artistas visuales contemporáneos en obras clásicas del arte occidental. El uso de motivos asociados a la pandemia en pinturas clásicas como *La creación de Adán*, de Miguel Ángel, en la que se agregó un sanitizador a la mano de Dios, fue una de las más destacadas.

La pandemia y la cuarentena prolongada fueron ocasión para que las ciencias sociales explorasen las transformaciones culturales, los efectos de la pandemia sobre productores y artistas, los cambios en los patrones de consumo culturales y en fin, las mutaciones en nuestras rutinas cotidianas. Desde un principio, hubo un exceso de interpretaciones arriesgadas, optimistas o pesimistas, pero en todo caso, apresuradas y carentes de bases empíricas. No será este el espacio para reflexionar sobre el fin del

capitalismo o el inicio de una nueva era civilizatoria, pues nos proponemos algo más modesto: describir las políticas públicas que desplegaron los Estados para mitigar la crisis del sector cultural y analizar el impacto de la pandemia en las artes e industrias culturales –incluyendo a empresas, instituciones y trabajadores– con la intención de señalar la heterogeneidad de situaciones dentro de las múltiples ramas de actividades que suelen considerarse como “culturales”.

En estos tiempos difíciles, el arte ha sido una forma de resiliencia y de elaboración simbólica del trauma y la pérdida, permitiendo la expresión del sufrimiento en el contexto de la pandemia. Durante los primeros meses de crisis sanitaria y confinamiento, diversos artistas e instituciones culturales pusieron sus obras a disposición del público. Atentos a la situación de emergencia y entendiendo que la circulación de su arte podía ayudar a la salud mental de la población, algunos museos, realizadores audiovisuales, artistas visuales, fotógrafos, escritores y pintores pusieron sus obras online o permitieron el acceso temporal. El costado oscuro de esta democratización del acceso al arte y la cultura es el trabajo impago de los productores y artistas.

La primera sección del artículo se dedica a describir las políticas públicas de apoyo a los actores e instituciones ligados a la cultura, con un recorrido breve por las iniciativas de países latinoamericanos y un foco sobre la Argentina. En la segunda sección, recorreremos los problemas y desafíos que tuvieron las actividades artísticas, las industrias culturales y sus trabajadores durante la pandemia; diferenciando entre ramos como la industria audiovisual (cine, televisión y *streaming*); la industria gráfica (prensa, libros, revistas); la radiofonía, el teatro y los videojuegos. En este recorrido, iremos analizando también cómo la pandemia modificó nuestras rutinas y hábitos cotidianos a través de los cambios en nuestros consumos culturales.

CUARENTENA, PANDEMIA Y CULTURA DESDE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

La mayoría de los países diseñaron políticas públicas para mitigar la crisis del sector cultural, desplegando un repertorio de iniciativas para garantizar ingresos a los trabajadores, prevenir el cierre definitivo de espacios y también para ofrecer propuestas culturales a la población que atraviesa un extendido confinamiento. En cuanto a los distintos enfoques de políticas culturales en la pandemia, la UNESCO (2020) hizo una recopilación con recomendaciones para los gobiernos, en la cual propone clasificar las medidas de apoyo a la cultura en tres categorías: 1) ayuda directa a los artistas y profesionales, con becas, encargo de obras, compensación de la pérdida de ingresos o actividades formativas; 2) apoyo a las empresas e instituciones, con subvenciones y

créditos, flexibilización de las regulaciones, fortalecimiento de infraestructuras, compensación de pérdidas y desgravaciones fiscales; y 3) fortalecimiento de la competitividad del sector, con estudios de viabilidad, propuesta de nuevos modelos empresariales, promoción de contenidos nacionales e incentivos fiscales para la inversión.

A nivel latinoamericano hubo varias iniciativas de políticas culturales para afrontar la pandemia y la crisis con ella asociada. En México se utilizó el lema “Contigo a la distancia” para promocionar una oferta *online* de materiales diversos como videos, fotografías, libros; se hicieron convocatorias de artistas para impulsar la creación dramática sobre la pandemia; se fijaron subsidios para las instituciones estatales de cultura. En Chile hubo una consulta *online* para registrar las necesidades de los productores, artistas y organizaciones del sector cultural; se destinaron recursos a la compra de contenidos culturales, el fomento de la creación artística y el apoyo a instituciones culturales. En Colombia se aplicaron recursos extraordinarios a la seguridad social de artistas y gestores culturales con apoyos mensuales; se ofrecieron actividades formativas virtuales; se amplió el plazo para pago de impuestos; y se generó un Programa de Ingreso Solidario para artistas en situación de vulnerabilidad. En Uruguay, aunque estuvo menos afectado por la pandemia que el resto de la región, se creó la plataforma *Cultura en casa*, con contenidos para diferentes públicos y actualización diaria, y se organizó el Festival Sodre en Casa. Para más detalles, sugerimos consultar el sitio www.cuarentenacultural.org, creado por el colectivo Traza.mx, que recopila las intervenciones de políticas culturales de diferentes países.

En América Latina hubo también espacios de reflexión sobre pandemia y cultura. El Consejo de las Américas (ASCOA) organizó el 23 de junio de 2020 el panel internacional “Políticas culturales en el mundo post-Covid-19”, con intelectuales de Chile (Bárbara Negrón), Perú (Mauricio Delfín), México (Eduardo Nivón) y Argentina (Ana Wortman).¹ Las exposiciones señalaron la situación crítica del sector cultural en los distintos países, cuyos problemas previos se vieron agravados por la pandemia, al mismo tiempo que destacaron la legitimidad y valoración de artistas y productores culturales, su rol clave en las situaciones críticas. Se mencionó el carácter creativo e innovador de los productores independientes, no comerciales; las iniciativas de democratización de la cultura durante el confinamiento, con respuestas desde la sociedad civil que apuntaron

¹ Disponible online en: <https://www.as-coa.org/watchlisten/video-politicas-culturales-en-el-mundo-post-covid-19>

a poner a disposición sus obras y a favorecer la elaboración simbólica de la crisis. Por otro lado, se analizó la problemática de la precariedad en el mundo de la producción cultural y artística, que complejiza cualquier intervención desde las políticas públicas. Como corolario, se discutió la posibilidad de transformar la lógica de funcionamiento de la producción cultural y la regulación del empleo en el sector, así como los imaginarios culturales a partir de la pandemia.

En Argentina, el Poder Ejecutivo dispuso un régimen de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio² desde el 19 de marzo de 2020, que se fue extendiendo con ajustes y modificaciones hasta fin de año. El ASPO fijó la permanencia obligatoria en los hogares de los ciudadanos, exceptuando a los afectados a actividades esenciales. De esta manera, se fijó el cierre de todo tipo de establecimientos e instituciones artísticas y culturales: cines, teatros, centros culturales, salas de concierto, museos, centros de exposiciones, ferias artesanales, etc. Algunas de estas actividades fueron habilitadas hacia fin de año, con el descenso de la tasa de contagios, sujetas a protocolos de limitación de aforo y distancia entre clientes. Sumidos en una crisis económica que ya era compleja antes de la pandemia, los artistas y productores culturales, así como las empresas del sector, se vieron en una situación muy delicada. Como señala Emiliano Rimoldi, “las industrias culturales de nuestra región ya estaban en crisis, pero funcionando” (2020: 2). El aislamiento obligó al cierre de todos los espacios y generó así una caída abrupta de los ingresos del sector.

Antes de describir las iniciativas tomadas frente a la pandemia, es importante realizar una breve reconstrucción del pasado inmediato del sector. Siguiendo aquí el análisis de las políticas culturales de Cambiemos (2016-2019) de Clarisa Inés Fernández (2020), un primer dato es que el presupuesto cultural se recortó un 12,6% y sufrió una subejecución de casi el 30%, con cierre de programas y desaparición de ciertas áreas, por ejemplo, el propio Ministerio de Cultura se transformó en Secretaría. Un caso paradigmático fue la discontinuidad del Plan Nacional de Lectura, una política que se venía desarrollando al menos desde el año 2000, y su reemplazo por otro programa con menor presupuesto y equipo de gestión, que rápidamente quedó desarticulado y fue a su vez reemplazado por una “Semana de la Lectura y la Escritura”, un evento breve en el que ya no se editaban ni distribuían libros a las escuelas, como ocurriera en años anteriores (Mihal et al, 2020: 14). La política cultural más importante que tuvo su fin con

² Por el Decreto 297/2020.

el macrismo fue el Programa Conectar Igualdad, que apuntaba a desmercantilizar el acceso a las computadoras y a la conectividad.

La política cultural del macrismo no tuvo planificación estratégica y se la entiende mejor como un conjunto de programas y acciones dispersos (Alonso, 2020). La orientación general y el discurso que acompañó a su gestión cultural, se diferenció del gobierno anterior en tres dimensiones: tuvo un carácter neoconservador, asumiendo una explícita reivindicación de la alta cultura; se favoreció la participación privada a través del mecenazgo; y se propuso un rol diferente para el Estado, pensado más como un facilitador de la actividad privada que como un oferente o garante de derechos culturales. Con todo, lo que más afectó al sector cultural fue la política económica del macrismo: depresión de salarios reales, apertura de importaciones en rubros sensibles y aumento de tarifas de servicios se combinaron haciendo bajar los ingresos de casi todo el sector cultural.³

Ante la pandemia que desde el comienzo se previó que afectaría especialmente a un sector cultural ya muy golpeado, el gobierno recién asumido del Frente de Todos y en particular el Ministerio de Cultura, a cargo de Tristán Bauer, delinearon una serie de estrategias y políticas. En marzo de 2020 se anunció la iniciativa de *La Cultura en Casa*, que buscó apuntalar el ofrecimiento de programas culturales *online* con la contratación de artistas a partir de diferentes instituciones como teatros, museos o centros culturales, con una inversión total de 7,2 millones de pesos. En el Fondo Nacional de las Artes se crearon las becas extraordinarias Sostener Cultura que tuvo dos convocatorias, se lanzaron diversos concursos creativos y se fortaleció la línea de subsidios. El Ministerio de Cultura también fijó medidas de apoyo económico como el fortalecimiento del programa Puntos de Cultura (con un financiamiento de 50 millones de pesos) y del Fondo Desarrollar (con 30 millones de pesos), ambos orientados a espacios culturales. Para los trabajadores del sector cultural, se creó un apoyo económico no reembolsable de tres cuotas de 15 mil pesos, con en nombre de Fortalecer Cultura. Para las empresas pequeñas y medianas del sector, se previó una línea de créditos a través de la acción conjunta del Ministerio de Cultura, el Ministerio de Desarrollo Productivo y el Banco

³ En 2017 se realizó una nueva edición de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, por parte del SINCA, cuyos resultados son comparables con la encuesta realizada en 2013. En todos los rubros se nota una disminución del gasto en salidas culturales, menor frecuentación de cines, teatros, museos, exposiciones, recitales y conciertos. Entre los motivos, aparece en primer lugar la falta de dinero.

Nación: con tasa cero durante el primer año, y una tasa del 18% durante el segundo año, teniendo en cuenta el nivel de inflación del país, resultan tasas negativas.

Por otro lado, se generaron iniciativas dirigidas a cada sector cultural, como el Plan de Preservación Operativa de Elencos, Salas y Teatristas Argentinos (PODESTA), a través del Instituto Nacional del Teatro⁴; el Fondo Musical Solidario, a través del Instituto Nacional de la Música, que realizó dos convocatorias para otorgar ayudas de diez mil pesos a músicos que hubieran quedado sin ingresos (Fuentes Firmani, 2020). En el caso del cine, Netflix que se reconoce como uno de los grandes ganadores de la pandemia, firmó un convenio con la Academia de Cine para generar un fondo de ayuda Covid-19 para personal técnico de la industria; también hubo un convenio entre el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) y el Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina, para realizar un aporte extraordinario a la obra social del personal. En el sector de la edición de libros, se duplicó el presupuesto del Programa Libros para la compra de materiales para las bibliotecas. Otra iniciativa fue la creación de las Becas Activar Patrimonio, que otorgaron 50 mil pesos a 30 personas, destinadas a artistas, curadores o investigadores, con el objetivo de llevar adelante proyectos con los acervos o colecciones de institutos o museos nacionales. Por último, aunque no estaba dirigido especialmente al sector cultural, dada la informalidad del empleo en el sector, muchos artistas y productores recibieron el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE).⁵

Todas estas iniciativas de políticas públicas para el sector cultural tuvieron importantes problemas en su implementación: demoras en los pagos, dificultades para la efectivización de las ayudas prometidas, déficits de cobertura, obstáculos burocráticos para los beneficiarios, insuficiencia de los montos, entre otros. Los rasgos del empleo en el sector cultural, como señaló Karina Mauro (2020), explican en parte las grandes dificultades que se encontraron en los intentos de desarrollar políticas públicas para mitigar la crisis. Las solicitudes de los artistas y productores culturales para recibir el IFE, por ejemplo, fueron masivamente rechazadas, porque la mayoría de estos trabajadores tienen una situación de pluriempleo, con algún cargo docente por ejemplo.

⁴ En su primera etapa, el Plan PODESTA alcanzó a 5.200 trabajadores teatrales, 240 salas y 699 espectáculos en sus tres líneas de subsidios: Producción de obra, Funcionamiento de Sala y Actividad de Grupo. En la segunda etapa se incluyeron también concursos de obra y actividades performáticas en entornos virtuales.

⁵ Las Secretarías de Cultura de distintas provincias desarrollaron políticas propias, tales como concursos, becas, subsidios al sector cultural. Una recopilación de estas medidas puede consultarse en <https://www.recursosculturales.com/arte-cultura-argentina-cuarentena/>

De esta manera, resultó muy frecuente que los trabajadores independientes quedaran con un ingreso fijo único muy escaso.

Una de las dificultades que se encuentra por detrás de los problemas que enfrentó el Estado para desplegar políticas efectivas hacia el sector cultural es que se carecía de conocimientos detallados acerca del universo que esas políticas debían abarcar. No había listados o bases de datos actualizadas de los trabajadores, organizaciones, empresas e instituciones afectadas al sector cultural en sus diversas ramas o actividades. Como señalara Lucrecia Cardoso, secretaria de Desarrollo Cultural a nivel nacional y de larga experiencia en la gestión del INCAA, las industrias creativas se caracterizan por la precariedad laboral, la eventualidad y la diversidad de situaciones de producción.⁶ En una mirada optimista, es posible que la pandemia sirva, al menos, para que tengamos mejores datos sobre la producción cultural y sus actores fundamentales –incluyendo a las plataformas–; lo cual impactaría también en una base más adecuada para pensar políticas tributarias y regulatorias.⁷

LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y LA PRODUCCIÓN CULTURAL EN UN CONTEXTO PANDÉMICO

El impacto de la pandemia en las industrias creativas y la producción cultural plantea una serie de problemas que deberemos tener en cuenta para su análisis, dada la diversidad interna de las industrias culturales y de la producción independiente. Los productores culturales se vieron, por un lado, confrontados con un mayor consumo y un incremento en la demanda –no siempre con posibilidad de realizar ganancias– y por otro lado, vieron también suspendidas o dificultadas muchas de sus actividades de producción. Nos referiremos a los efectos de la pandemia en la industria audiovisual (televisión, cine y *streaming*), en la radiofonía, en la industria gráfica (prensa, libros, revistas y portales de noticias), para luego considerar también la situación en el teatro y la música.

⁶ En su intervención en el primer encuentro (17/06/2020) del Ciclo de Diálogos sobre Industrias Culturales, dedicado a la Gestión cultural, organizado por la Maestría en Industrias Culturales y el Programa de Investigación sobre Industrias Culturales, ambos de la Universidad Nacional de Quilmes. La grabación del encuentro se puede visualizar en: <https://www.youtube.com/watch?v=Y8hle3-E1zk&t=44s>

⁷ Es interesante al respecto la mirada de Martín Becerra que plantea, siguiendo los acontecimientos recientes en Estados Unidos y Europa, en cuanto al cuestionamiento antimonopólico hacia Google y Facebook, la aprobación de diversas normativas que comienzan a regular y a hacer tributar a las plataformas (incluyendo a Netflix y Spotify), por lo cual deduce que nos encontramos frente a “una etapa de Internet que está a punto de cambiar” (Becerra, 2020b: s/n).

Los efectos de la pandemia sobre la industria audiovisual precisan analizarse considerando la diversidad de situaciones internas al sector, que incluye al cine, la televisión y el *streaming*. En primer lugar, la urgencia de la pandemia y el encierro masivo tuvieron un correlato en un aumento considerable del encendido televisivo, un cambio de horarios y de demandas. La televisión reaccionó con rapidez, cambiando su programación: “desplazó el primetime, amplió la emisión ‘en vivo’, extendió los horarios de los noticieros y demostró –otra vez– que está viva” (Marino, 2020). Como para repensar los diagnósticos sobre el fin de la televisión (Carlón y Scolari, 2009). En promedio, el tiempo frente al televisor aumentó dos horas por día, lo que representa un 30% más de lo habitual (Kantar Ibope Media, 2020). La agenda de la televisión se transformó casi exclusivamente en cobertura de la pandemia durante los primeros cuatro o cinco meses, declinando recién a partir del mes de agosto (según datos del Observatorio de Medios UNCu). Paradójicamente, cuando el país comienza a atravesar el pico de contagios y muertes, el tema disminuye su presencia en la agenda. De acuerdo a editores de los principales medios, el interés de la audiencia por las noticias sobre la pandemia habría también disminuido (Moguillansky, Fischer y Focás, 2020). Más allá del encendido, la circulación de contenidos televisivos siguió siendo relevante a través de las nuevas modalidades de consumo, como la remediación por las redes sociales (con recortes y fragmentos) que permite la reproducción en múltiples dispositivos, en el tiempo y lugar que defina el usuario.

Para la industria cinematográfica, la pandemia significó pérdidas millonarias a nivel mundial, especialmente para el sector de exhibición, puesto que las salas permanecieron cerradas durante casi todo el año, y no es claro que cuando se vuelva a habilitar su funcionamiento el público retorne a las salas. Para los distribuidores y productores también hubo pérdidas o disminución de ganancias. Según cálculos de la UNESCO, la industria cinematográfica mundial tuvo pérdidas de alrededor de 7 mil millones de dólares y se estima que se perderán unos 10 millones de empleos en el sector. En la Argentina, la producción estuvo prácticamente paralizada, la distribución solo tuvo lugar en ventanas virtuales y la exhibición en salas también fue casi nula. En cuanto a la situación de los trabajadores del sector, en el panel organizado por el Núcleo de Estudios en Cultura y Comunicación, titulado *Trabajo artístico en pandemia*, Juan Mascaró, documentalista argentino, señaló que padecieron situaciones muy críticas durante la pandemia, dada la informalidad y eventualidad del empleo en la industria cinematográfica. Esta crisis venía a empeorar una situación que ya era muy grave,

puesto que el INCAA tuvo varias dificultades de gestión que llevaron a un parate de la producción durante el gobierno de Mauricio Macri (2015-2019).

Pero también dentro del sector audiovisual se encuentran los grandes ganadores de la pandemia: las plataformas de *streaming*. Se trata de oferentes de contenidos a través de Internet que no pasan por los medios de comunicación tradicionales, y que por ello reciben el nombre de *Over-The-Top* (OTTs), tales como Netflix, Amazon o Disney Plus. Al respecto, Gustavo Mónaco, de Viacom, describió una aceleración en el cambio del modelo de negocios en el sector audiovisual, con un pasaje hacia la suscripción y los contenidos pagos; señaló el incremento de la competencia entre oferentes de *streaming*, que empieza a plantear una pelea por los contenidos más atractivos.⁸ La pandemia generó un incremento acelerado de los suscriptores de servicios audiovisuales como Netflix, y también creó mayor demanda a nivel local, con un aumento de las visitas a plataformas como Cont.ar y Cine.ar. Según la *Encuesta de Prácticas Culturales en Cuarentena*, el 45% de los encuestados señaló que dedicó más tiempo a ver series y películas online (NECyC, 2020). La pregunta, para este sector, que trabaja con un stock de productos audiovisuales, es cómo podrán renovar su oferta, en un contexto de paralización prolongada de las actividades de producción.

La industria radiofónica fue también una gran protagonista durante la pandemia, en tanto se posicionó como un medio que podía ofrecer un acompañamiento cotidiano durante el confinamiento, por su capacidad para contar noticias en tiempo real y por su anclaje temporal, que le permite funcionar como un fijador de rutinas y horarios, en un contexto especialmente crítico signado por la desestructuración de esas rutinas cotidianas. En el marco del Ciclo de Diálogos sobre Industrias Culturales que organizó la Universidad Nacional de Quilmes, un encuentro se dedicó a la radiofonía y sus transformaciones⁹, con eje en el contexto pandémico. Allí, Agustín Espada afirmaba que la radio como medio tiene una conexión especial con la actualidad, con la modalidad “en vivo” y se destaca por la experiencia que se tiene en la radio con el relato de las noticias recientes, de modo tal que la pandemia y la mayor demanda por cobertura informativa se expresó en un mayor encendido. La aparición y auge de los *podcasts*, como una suerte de escucha radiofónica disponible fuera del vivo, fue discutida por los panelistas. Es

⁸ En su intervención en el segundo encuentro del Ciclo de Diálogos sobre Industrias Culturales, citado más arriba, que tuvo lugar el 24 de junio de 2020, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=-drbjArEBfU&t=2416s>

⁹ Tuvo lugar el 1 de julio de 2020, se encuentra disponible en el Canal de YouTube de la Maestría en Industrias Culturales: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo&t=347s>

interesante notar que los *podcasts* tuvieron una amplia difusión durante la pandemia. De esta manera, la radio es objeto de cierta “desprogramación” –como ocurre con la televisión– a través de la práctica de crear recortes o grabar programas enteros que luego circulan en otros medios y que pueden ser viralizados a través de las redes sociales. De esta manera, ingresa en la radio el consumo a demanda, propio de la época y de las prácticas culturales contemporáneas. Por último, la articulación entre medios y política fue parte de la discusión, con el planteo de que también en la radio habría un posible pasaje a otro modelo de negocios, a través de la suscripción de los oyentes, que permitiría una mayor independencia periodística con respecto al gobierno y los auspiciantes.

La industria gráfica, dentro de la cual incluiremos a la prensa, la edición de revistas y libros, se vio sumamente afectada. Lo más duro le tocó a la prensa escrita (diarios y revistas) ya que la venta de ejemplares en papel cayó drásticamente durante la pandemia, mientras aumentaba significativamente la consulta de portales y diarios digitales. Según un estudio reciente, “ningún otro medio tradicional sufrió más que los medios impresos como periódicos y revistas” (Sherlock, 2020). Los medios digitales vieron crecer su consumo, con mayores consultas y tiempo de permanencia; las generaciones de mayor edad, que continuaban prefiriendo la lectura de diarios y revistas en papel (Moguillansky et al., 2017) comenzaron a migrar a entornos virtuales. Según un informe de Reuters Institute, publicado en junio de 2020, los medios digitales más visitados en Argentina fueron Infobae (40%), TN online (36%) y Clarín online (29%). Al respecto, Martín Becerra señala lo paradójico de la situación: “pocas veces tuvieron tanta repercusión y alcance sus contenidos, mientras que sus fuentes de financiamiento son menguantes, tanto sea a través de ventas directas o de anuncios publicitarios privados” (Becerra, 2020a). En la misma línea, Mariano Blejman, jefe de estrategia digital del grupo Octubre, afirma que el principal desafío durante la pandemia fue la caída de la pauta publicitaria privada; Carlos Marino, director de *LetraP*, señalaba también la dificultad para monetizar la actividad en el ámbito de la prensa digital, en particular de los productos no masivos, que apuntan a un nicho temático.¹⁰ La creciente migración de usuarios hacia medios virtuales tornó más urgente el debate acerca de la medición de accesos y permanencia en los portales digitales o plataformas de *streaming*, y la discusión correlativa acerca de la tributación de estas plataformas y las

¹⁰ Tercer Encuentro del Ciclo de Diálogos sobre Industrias Culturales, Maestría en Industrias Culturales de la UNQ, realizado el 8 de junio de 2020, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=GPmAeXRhQw&t=4670s>

posibles intervenciones regulatorias por parte del Estado. En el contexto de la pandemia, en el cual se incrementó no solo la consulta de portales y sitios de noticias *online*, sino también la inversión publicitaria en estos espacios, el dilema que emerge es cómo garantizar que los productores de contenidos puedan obtener retribuciones justas por su trabajo.

Desde la perspectiva de los periodistas y los trabajadores de prensa en general, el panorama es crítico; ya lo era previo a la pandemia, con despidos y precarización del empleo, agravados con la crisis actual. Las condiciones de trabajo empeoraron –con el teletrabajo forzoso–, los sueldos se empobrecieron y aumentó la tasa de explotación laboral, impactando incluso en la calidad de los productos periodísticos, como señalaron Lorena Retegui y Victoria de Masi. Algunas tendencias preocupantes en el periodismo precisamente apuntan a la merma de calidad, con el *clickbait* (el uso de títulos que buscan crear interés, con noticias sensacionalistas y a veces engañosas), la proliferación de *fake news* y la degradación de la profesión. Al respecto, es relevante recordar que las noticias falsas sobre la pandemia, las formas de prevención o los posibles tratamientos del coronavirus fueron un problema serio durante estos últimos meses, a tal punto que hubo iniciativas diversas para ofrecer información verificada o para desestimular la creencia en estas noticias dudosas. En Argentina, como respuesta a esa proliferación de noticias falsas que generaban preocupación y podían incluso inducir a tomar cursos de acción no fundadas en evidencias científicas y que podrían ser peligrosos (como las intoxicaciones por ingerir dióxido de cloro), se creó un espacio para verificar las noticias que circulaban sobre el coronavirus: Ciencia Anti Fake News.

La edición de libros es un sector que también venía ya atravesando una fuerte crisis, debido a la creciente concentración de la producción, a la caída de ventas y a la discontinuidad de una serie de políticas de fomento estatal durante el gobierno del macrismo. La pandemia implicó, durante los primeros meses de 2020, el cierre de las librerías y la paralización de las actividades de producción (edición de libros y revistas). Así, en el primer semestre de 2020 se produjo un 80% menos de ejemplares, con respecto a 2019. Sin embargo, al mismo tiempo, la cuarentena disparó la venta de libros e e-books, con un aumento de alrededor del 45%. Un fenómeno emergente fue la multiplicación de las librerías virtuales, según Matías Reck, correlativo a la mayor demanda percibida. Las encuestas de consumos culturales también registraron esta tendencia: un 46% afirmó haber comenzado a leer con más frecuencia, en un relevamiento realizado por Ghostwriter Argentina.

Pero no todo fue crisis y pérdidas dentro de las industrias creativas, porque también se incluyen los videojuegos, un sector que se ha visto muy beneficiado con la pandemia. Las grandes empresas del sector, que actúan ya sea en la venta de dispositivos o videojuegos, como Nintendo, Tencent (dueña de Supercell, una de las principales desarrolladoras de juegos), Sony (dueña de la consola PlayStation), Microsoft (Xbox), Apple o Activision Blizzard, tuvieron ganancias millonarias muy por encima de sus promedios de años anteriores. En China y en Australia se registraron aumentos del 250% en la venta de consolas, mientras que en Francia e Italia las ventas de videojuegos aumentaron alrededor del 150% (Ortíz et al., 2020: 7). Aunque bajó el gasto publicitario en el sector, las ventas de consolas y de software se incrementaron. Además, muchas de estas empresas cotizan en bolsa y sus acciones subieron alrededor de un 30% durante la pandemia. Un modelo de negocios que parece consolidarse en el sector es un sistema mixto de juegos de descarga gratuita con versiones premium pagas, o con la compra de objetos dentro del juego. Algunos juegos en particular fueron furor durante la pandemia, con millones de niños, niñas y adolescentes encerrados en sus hogares: *Among Us*, *Brawl Stars*, *Clash Royale*, *Clash of Clans*, *Minecraft*, fueron algunos de los más exitosos. Si los adolescentes duplicaron su tiempo de juego, muchos adultos también empezaron a dedicar más tiempo y más dinero al *gaming*, frente al recorte de otras alternativas de entretenimiento fuera del hogar. Por otro lado, con la virtualización de las actividades educativas, parece acelerarse la incorporación de videojuegos en estrategias de aprendizaje, fortaleciendo la tendencia a la gamificación de la enseñanza.

Pasando ahora a revisar los efectos de la pandemia y la cuarentena en actividades escénicas como el teatro y la música, veremos que la crisis llegó a niveles alarmantes. El teatro fue una de las actividades más fuertemente afectadas por la pandemia. En este sector, coexisten situaciones muy dispares y por ello, las políticas culturales que se implementaron también tuvieron resultados desiguales e injustamente distribuidos. Como señala Karina Mauro, “de los 192 espacios teatrales existentes, el Plan Podestá del INT le otorgó subsidios a 152 y PROTEATRO a 120, siendo que, de las salas favorecidas por el programa nacional, 92 tienen doble subsidio (60%) y 19 (12%) recibieron además el Fondo Desarrollar (otorgado por el Ministerio de Cultura de la Nación), por lo que tuvieron subsidio triple” (Mauro, 2020: s/n). Mientras tanto, las salas alternativas del circuito off o independiente no accedieron a estos subsidios, resultando en muchos cierres de salas, frente a la dificultad para pagar alquileres y servicios sin tener ingreso alguno. La situación llegó a ser tan crítica que se han repartido bolsones de alimentos entre artistas del teatro.

Un aspecto inédito del impacto de la pandemia en el mundo del teatro ha sido la incursión de esta actividad en el *streaming*. Muchas salas pusieron grabaciones de sus obras teatrales a libre disposición *online*, mientras que otras ofrecieron servicios pagos; algunos artistas teatrales hicieron espectáculos a la “gorra virtual” o cobraron entradas de valor casi simbólico. Algunos comenzaron a experimentar incluso con el lenguaje escénico adaptándose a las condiciones especiales de la cuarentena, como en el caso de la obra *80 cosas* que reversionó una obra de Rubén Sabbadini para su transmisión por *zoom* con actuaciones en vivo. Para muchos espectadores, la pandemia fue la ocasión de ver por primera vez teatro desde su casa, por *streaming*: en la encuesta que realizamos desde el NECyC, el 24% afirmó que había utilizado las redes sociales u otras plataformas para ver teatro *online*.

En cuanto a la música, se trató también de un sector muy perjudicado, en particular los espectáculos en vivo y la producción musical. Al respecto, un documental realizado por un colectivo de productores del sector, titulado *Covid-19: la industria musical en la pandemia*¹¹, buscó registrar la perspectiva de los trabajadores del sector acerca del impacto de la pandemia en el mundo de la música. Con testimonios de productores, artistas, técnicos e ingenieros de sonido, se cuentan diversas historias sobre el “apagón de la música”: cierre de espacios, cancelaciones, reprogramaciones de shows y recitales, las dificultades para devolver el dinero, para prever el futuro del sector, que ven como un panorama oscuro. Los salones de baile, las discotecas y boliches, las milongas de tango, salseras y otros espacios similares, también vieron suspendidas sus actividades y sufren de una falta de perspectivas de reinicio, hasta tanto se generalice la vacuna del coronavirus.¹²

En contraste, las plataformas que transmiten música por *streaming* como Spotify o YouTube Music se vieron beneficiadas por un auge de la demanda y por una inclinación mayor a pagar la suscripción del servicio *premium*. Según los datos de la encuesta de prácticas culturales en pandemia, la música tuvo un lugar muy importante en la vida cotidiana durante el confinamiento: el 70% dijo que había utilizado las redes sociales para escuchar música (NECyC, 2020). La práctica de escuchar música en el hogar tuvo mucha importancia, fue relevante como entretenimiento, pero también para modular las

¹¹ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=tfjEHSREEI4> desde junio de 2020.

¹² Al respecto, es interesante el documental *Distant dancefloors: COVID-19 and the Electronic Music Industry*, retrata el impacto del Covid sobre el mundo de la música electrónica. Disponible online: <https://www.youtube.com/watch?v=OphRF8vfOzo&feature=youtu.be>

emociones o incluso para aislarse dentro de la casa, dado el contexto por el cual muchas veces la convivencia con varias personas en espacios reducidos fue problemática.

Por último, las redes sociales fueron protagonistas y ganadoras de la pandemia. Durante la cuarentena, las personas usaron con más frecuencia, durante más tiempo y para diversas cosas las redes sociales. El conjunto formado por los videojuegos, el *streaming* y las redes sociales explicó alrededor del 70% del tráfico de Internet durante la pandemia. Las redes tuvieron un uso informativo, se utilizaron –especialmente Twitter– para consultar los últimos números de casos y los gráficos de evolución epidemiológica: fueron mencionadas como el medio más importante para informarse, por el 66% de los encuestados (NECyC, 2020). Pero los usos de las redes sociales incluyeron también la asistencia a charlas, conferencias y reuniones; el visionado de videos o películas; se usaron también para escuchar música, para ver recetas de cocina, para hacer clases de gimnasia y hasta para ver teatro. Para el entretenimiento, la novedad de la cuarentena fue el auge de TikTok, una red social que permite crear y compartir videos cortos.

CONCLUSIONES

En este artículo nos propusimos analizar el impacto de la pandemia sobre el sector cultural y las políticas públicas implementadas para mitigar la crisis en Argentina. Una primera consideración a tener en cuenta es el contexto político, económico y social en el que la pandemia encuentra al país. Para no ir mucho más atrás, basta recordar que los últimos cuatro años, de 2015 a 2019, con el gobierno de centro derecha de Juntos por el Cambio, muchas políticas culturales fueron desmanteladas. Asimismo, el sector cultural vio mermar sus ingresos también por el empobrecimiento general de la población y el aumento de las tarifas de los servicios. En ese contexto crítico, con instituciones culturales en emergencia económica, se inició la pandemia en el país.

La pandemia afectó a prácticamente todo el mundo y en la mayoría de los países hubo cuarentenas más o menos extendidas; aún donde no se obligó al cierre de espacios culturales, las personas dejaron de acudir, por miedo o prevención. Si estos espacios vuelven a abrirse, todo indica que solo una parte pequeña del público estará dispuesta a asistir al cine, al teatro o a un museo, antes de que la vacuna se encuentre generalizada o la pandemia esté bajo control.¹³ De esta manera, la forma de sostener al

¹³ Un estudio realizado en Chile encuentra que: “Tras el levantamiento de la emergencia sanitaria y la reapertura de espacios, un porcentaje que oscila entre 14 y 22% de la población encuestada está dispuesta a volver a los espacios culturales (corresponde a públicos altamente fidelizados y comprometidos con la oferta cultural)” (Ministerio de Cultura, Artes y Patrimonio, 2020: 3).

sector cultural ha sido, en Argentina y el resto del mundo, a través de políticas públicas que volcaron recursos para el financiamiento de las instituciones y de los trabajadores. En Argentina se implementaron una serie de planes de fomento, convocatorias, becas, subsidios y créditos para el sector cultural; sin embargo, no siempre se lograron los objetivos esperados, no se logró cubrir a la población objetivo y hubo una serie de dificultades de implementación, que en buena medida tienen que ver con rasgos del empleo en el sector, de cierta lógica eventual y del carácter artesanal de algunas actividades, pero que también, en parte, tuvieron como origen la falta de datos sistemáticos sobre el sector y algunas fallas en la administración de estas políticas.

En cuanto a los cambios que se vislumbran en los distintos sectores de las industrias creativas, es importante en principio tener en cuenta que los diversos rubros del sector cultural han sido afectados en forma desigual por la pandemia. Los sectores más beneficiados fueron las plataformas digitales de *streaming*, los canales de televisión, los programas de noticias, diarios *online*, portales digitales y los videojuegos; se vieron beneficiados con una mayor demanda, que se expresó en suscripciones, encendido, ventas, consumos. Como señalaba Lluís Bonet (2020), los más afectados fueron “los profesionales independientes, los del sector del espectáculo en vivo y del turismo cultural, así como los trabajadores de los grandes eventos multitudinarios”. Mantuvieron su estatus los empleados o funcionarios públicos, los docentes y los trabajadores del sector cultural digital. Para todos los sectores, resulta clave contar con contenidos atractivos y este parece ser un diferencial por el cual cada vez más las empresas compiten, pero en condiciones de pandemia otros rasgos aparecen como relevantes: la accesibilidad de los contenidos o experiencias, su portabilidad y seguridad, la actualidad, precisión y confiabilidad de la información, e incluso una cierta identidad política parece tener un rol en la fidelización de la audiencia.

A raíz de la pandemia, una enorme variedad de contenidos culturales y artísticos han sido digitalizados, diversas barreras de acceso se removieron, muchas prácticas y actividades de nuestras vidas cotidianas se virtualizaron. ¿Qué quedará de todo ello? No podemos ni queremos hacer pronósticos en un escenario tan incierto, sino tan solo señalar que la magnitud de la crisis del sector traerá mayor concentración, menor diversidad, y que será necesario repensar las formas de sustentación de las actividades culturales, en particular de sus trabajadores y reformular las maneras de intervenir a través de políticas culturales.

BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA SHERLOCK (2020): *Consumo de medios en América Latina*. Informe julio.

ALONSO, Paula (2020): "Políticas culturales en la Argentina: un recorrido por sus principales planes (1983-2019), *Cuadernos del INAP*.

BECERRA, Martín (2020a): "Comunicación, medios y públicos" en el Panel Mediatizaciones de la pandemia y trazas para la pospandemia, ENACOM Virtual 2020, 25 de septiembre de 2020. Disponible en <https://martinbecerra.wordpress.com/2020/10/05/comunicacion-medios-y-publicos-video-de-enacom-2020/>

BECERRA, Martín (2020b): "La regulación de Google y Facebook: tus zonas erróneas", *Anfibia*. Disponible en: <https://revistaanfibia.com/ensayo/tus-zonas-erroneas/>

BONET, Lluís (2020): "Reflexiones sobre el impacto del COVID-19 sobre la cultura", RGC Ediciones, disponible en: <http://rgcediciones.com.ar/reflexiones-sobre-el-impacto-del-covid-19-en-la-cultura/>

CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos (2009): *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

MIHAL, Ivana; CARDINI, Alejandra y PAPARELLA, Carla (2020): *Un recorrido por las políticas de lectura en la educación argentina*. Documento de Trabajo, CIPPEC.

FERNÁNDEZ, Clarisa Inés (2020): "Estado y políticas culturales en Argentina. Un análisis comparativo entre el Kirchnerismo y la Alianza Cambiemos (2007-2017)", *Sociohistórica*, 45, e102, marzo-agosto.

FUENTES FIRMANI, Emiliano (2020): "Operación rescate. La cultura argentina frente a la pandemia", *RGC Ediciones*, disponible en: <http://rgcediciones.com.ar/politicas-culturales-y-covid-19-en-america-latina/>

KANTAR IBOPE MEDIA (2020). "Datos de consumo de medios en Argentina", disponible en <https://www.kantaribopemedia.com/estudios-type/covid-19/>

MARINO, Santiago (2020): "¿Dónde va el mercado audiovisual cuando estamos en casa?", *LetraP. Especial medios*, disponible en: <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-6-23-13-53-0--donde-va-el-mercado-audiovisual-cuando-estamos-en-casa>

MAURO, Karina (2020): “Tenemos que hablar de números, Torvaldo”, RGC Ediciones, disponible en: <http://rgcediciones.com.ar/tenemos-que-hablar-de-numeros-torvaldo-un-analisis-de-los-indicadores-surgidos-durante-la-pandemia/>

MINISTERIO DE CULTURA, ARTES Y PATRIMONIO DE CHILE (2020): *Estudio de públicos en confinamiento*. Disponible en: www.cultura.gob.cl

MOGUILLANSKY, Marina; FISCHER, Melina y FOCÁS, Brenda (2020): “Prácticas culturales, información y política en la pandemia”, *Documentos del IDAES*, en prensa.

NECYC (2020): *Encuesta sobre Prácticas Culturales durante la cuarentena*, realizada entre junio y agosto de 2020.

ORTÍZ, Luz; TILLERIAS, Héctor; CHIMBO, Christian y TOAZA, Verónica (2020): “Impact on the videogame industry during the COVID-19 pandemic”, *Revista Athenea de las Ciencias de la Ingeniería*, vol. 1, pp. 5-13.

REUTERS INSTITUTE (2020): Encuesta realizada entre marzo y junio de 2020, disponible en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

RIMOLDI, Emiliano (2020): “La cultura en cuarentena”, *Question. Periodismo/Comunicación*, Informe Especial Incidentes III, mayo. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5981/5139>

SINCA (2020): *Encuesta Nacional de Cultura. Caracterización de personas y organizaciones de la cultura en el contexto de covid-19*. Disponible en: www.sinca.gob.ar

UNESCO (2020): *La cultura en crisis. Guía de políticas para un sector creativo resiliente*. Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/publications/cultura-en-crisis-guia-de-politicas-para-sector>