



Prácticas culturales en tiempos de COVID-19

Experiencias de los públicos del Centro Gabriela Mistral sobre la participación y el consumo de bienes y servicios

Michael Johnson Poblete, sociólogo
Diego Abarca Hoffmann, sociólogo
Pablo Celis Astudillo, sociólogo

RESUMEN

La presente investigación analiza los modos de participación y consumo de bienes y servicios culturales por parte de los públicos del Centro Gabriela Mistral en el contexto de la pandemia por COVID-19. A partir de entrevistas con los públicos del centro cultural, el artículo indaga en las consecuencias de la pandemia en la transformación de las prácticas culturales, considerando, por un lado, un proceso de digitalización que modifica los soportes a partir de los cuales los bienes y servicios son distribuidos, circulados y consumidos, y, por otro lado, las dinámicas subjetivas atribuidas a los bienes y servicios en términos de aprobaciones, valoraciones y motivaciones.

Palabras clave: Centro Gabriela Mistral, públicos, prácticas culturales, digitalización, COVID-19.

ABSTRACT

This research analyzes the modes of participation and consumption of cultural goods and services by the public of the Centro Gabriela Mistral in the context of COVID-19 pandemic. Based on interviews with the public of the cultural center, the article investigates the consequences of the pandemic in the transformation of cultural practices, considering, on the one hand, a digitization process that modifies the supports from which goods and services are distributed, circulated and consumed, and, on the other hand, the subjective dynamics attributed to goods and services in terms of approvals, valuations and motivations.

Keywords: Centro Gabriela Mistral, publics, cultural practices, digitization, COVID-19



“Investigar en cultura debería pensar y buscar eso oculto: el residuo, lo dejado de lado, lo que incomoda, lo que se aleja del “sello de excelencia”. Investigar en cultura significa pensar en lo que la nueva institucionalidad cultural dejará fuera de su influencia: lo minoritario, lo conflictivo, lo incómodo (...) y hacerlo presente reflexivamente para irritar el presente”.

Tomás Peters

Introducción

El sector cultural se ha visto profundamente afectado desde el estallido social de octubre de 2019 (Peters, 2020), lo que posteriormente se fue acrecentando en tiempos de pandemia por COVID-19 (Pinochet, Peters y Guzmán, 2021). En este escenario, en marzo de 2020 el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio publicó *Catastro de estado de los agentes culturales y artísticos / COVID-19*, informe que, como resultado de una consulta pública y virtual orientada a agentes, agrupaciones y organizaciones culturales, tuvo el propósito de conocer los problemas surgidos en el rubro. Los resultados concluyen que las principales problemáticas derivadas de la emergencia sanitaria son la disminución del ingreso percibido por parte de los actores culturales, y la cancelación y postergación de actividades previamente confirmadas (MINCAP, 2020).

Las medidas sanitarias que durante la pandemia prescribieron restricciones de movilidad para circular por el espacio público, así como el cierre de los espacios sociales y culturales, provocó la imposibilidad de proyectar con certeza nuevas actividades presenciales por parte de las organizaciones e instituciones culturales. El cierre de estos espacios condujo a que las instituciones culturales tuvieran que adaptar sus estrategias organizacionales, lo que se vio reflejado principalmente en el fortalecimiento de sus plataformas digitales, tales como aplicaciones, páginas web y redes sociales (Noehler, Gilmore, Jay y Yehudi, 2021; García-Martín, Ortega-Mohedano y Pérez-Peláez, 2021; Shehadi, 24 de marzo de 2020).



En el caso del Centro Gabriela Mistral —en adelante, GAM—, una de las instituciones culturales de mayor reconocimiento en Chile, y cuya visión ha sido ‘posicionarse como el principal centro cultural nacional y referente internacional en términos del intercambio de bienes culturales’, es importante considerar las consecuencias de las restricciones sanitarias para la producción, circulación y recepción de los bienes culturales. Por ejemplo, y debido al cierre de las instalaciones durante la mayor parte del año 2020, una investigación interna indica que las visitas disminuyeron en un 91.6% respecto al año anterior (Unidad de Estudios GAM, 2020b). En este escenario, se proyecta el desafío de trasladar la programación al plano virtual, fortaleciendo el uso de plataformas digitales (Zoom, Facebook y YouTube) y ofreciendo la visualización de contenidos culturales en modalidad *streaming* y *on demand*.

En este contexto, la participación y el consumo de bienes y servicios culturales ha transitado forzosamente desde la presencialidad de los espacios físicos hacia la virtualidad de las plataformas digitales, lo que ha significado no tan solo innovar en cuanto al modo en que los contenidos culturales son ofrecidos por parte de GAM, sino también y más importante, abrir la puerta para la transformación de las prácticas culturales por parte de sus públicos, en tanto se han visto profundamente afectadas una multiplicidad de hábitos y entramados de experiencias que constituyen parte de la vida cotidiana.

De acuerdo con lo anterior, la presente investigación tiene el propósito de explorar y analizar los modos de participación y consumo de bienes y servicios culturales por parte de los públicos del Centro Gabriela Mistral en el contexto de la pandemia por COVID-19. Considerando las prácticas culturales como experiencias, se trata de rastrear las consecuencias de la pandemia en las dinámicas subjetivas de los públicos, esto es, en aprobaciones, valoraciones y motivaciones atribuidas por medio de la participación y el consumo de bienes y servicios culturales.

Cabe considerar dos desafíos que son pertinentes para encauzar la presente investigación. Por una parte, lo que el sociólogo Tomás Peters proyectó el año 2018, cuando plantea que “uno de los desafíos político-culturales más urgentes para los estudios de público es la necesidad de pensarse en un escenario caracterizado por la digitalización cultural del conocimiento” (Tomás Peters, 2018, p.22). Por otra parte, es importante considerar también lo que la antropóloga Carla Pinochet y el sociólogo Pedro Güell identifican como los dos desafíos que han sido insuficientemente abordados por los estudios de públicos en América Latina: “Por una parte, reconstruir la forma en que las audiencias hacen experiencias culturales, y por la otra, evaluar el impacto personal y social de esas experiencias” (Pinochet y Güell, 2018, p.152).

En sintonía con estos desafíos, cabe preguntarse, por un lado, sobre las consecuencias que para la participación cultural tiene la clausura de acceso de los diferentes contenidos culturales que normalmente son ofrecidos de forma presencial por parte de GAM, tales como los diversos tipos de ceremonias (conversatorios, seminarios, coloquios) y ciclos (teatro, danza, cine, música). Por otro lado, cabe preguntarse sobre los diversos modos que tienen los públicos de relacionarse experiencialmente con los soportes a partir de los cuales se disponen los bienes y servicios culturales antes y durante la pandemia.

En términos metodológicos, se trata de una investigación exploratoria de carácter cualitativa, que considera la realización de 15 entrevistas semiestructuradas a públicos del Centro Gabriela Mistral. Para seleccionar a las y los entrevistados se establece un criterio de acceso y un criterio de edad. El criterio de acceso se refiere al modo de participación de los públicos en GAM, distinguiendo i) tipo de acceso (presencial y/o digital) y ii) periodo



de acceso (previo y/o durante la pandemia). Por otra parte, el criterio de edad permite analizar los segmentos etarios de los públicos a partir del grado de cercanía con las plataformas digitales de GAM (página web, redes sociales).

El texto parte analizando, en primer lugar, la participación y el consumo de bienes y servicios culturales como una práctica cultural. A continuación, se describe brevemente la metodología de la investigación, para luego presentar los principales resultados a partir de cuatro dimensiones que emergen del análisis: i) significaciones y usos del espacio cultural; ii) aperturas y posibilidades digitales; iii) clausuras y hastíos digitales; y iv) entre la oportunidad de lo digital y la nostalgia por lo presencial. Finalmente, se concluye presentando los aprendizajes y recomendaciones para la gestión institucional de los públicos por parte del Centro Gabriela Mistral en un escenario pospandémico.

Participación y consumo de bienes y servicios culturales como práctica cultural

Para otorgar una aproximación inicial al concepto de 'consumo de bienes y servicios culturales' se recurre a la definición elaborada por Luz Ortega (2009), para quien el consumo de bienes culturales es el "conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación, recepción y uso de los bienes producidos en el campo de la producción cultural" (p.24). Más que discutir la predominancia o no del valor simbólico por sobre el valor económico para determinar, por ejemplo, si el consumo de un determinado bien o servicio cae dentro de la categoría 'consumo cultural', la definición propuesta permite identificar las dinámicas subjetivas aplicadas por los públicos en un registro que concibe la participación cultural no tan solo en términos de apropiación, recepción y uso de los bienes culturales, sino también que la relación de los públicos con los bienes culturales manifiesta identidades individuales y sociales que forman parte de un proceso sociocultural más amplio.

Esta definición posibilita investigar las experiencias de los públicos de GAM, por ejemplo, preguntándose por los diversos modos en que estos se relacionan con los bienes y servicios culturales. Ahora bien, si se atiende a los desafíos planteados en el capítulo anterior, que consideran, por un lado, el factor contextual de los bienes culturales, y, por otro lado, el factor histórico en el que se inscribe el proceso sociocultural de participación y consumo, ¿de qué forma se relaciona la experiencia de consumo de bienes y servicios culturales por parte de los públicos en un contexto de pandemia por COVID-19 (y la consecuente digitalización de los mismos)? Esta pregunta permite dirigir el análisis al abordaje de los públicos desde un enfoque procesual, esto es, una reflexión que comprende a los públicos a partir de los procesos de construcción de identidad en los que la participación cultural tiene lugar (Pinochet y Güell, 2018). Específicamente, se trata de ampliar el momento constitutivo de la experiencia cultural, analizando no tan solo las valoraciones acerca de los bienes y servicios culturales, sino también los efectos de la digitalización de los mismos en los procesos de interpretación de los sujetos.

El carácter contextual de los bienes culturales permite concebirlos como formas simbólicas, o, en otras palabras, como expresiones y objetos que pueden convertirse en bienes simbólicos precisamente por su capacidad de significar (Thompson, 2002). De este modo, los bienes culturales son objeto de valoración simbólica, esto es, lo que el sociólogo John B. Thompson (2002) define como "el valor que tienen los objetos en virtud de las formas y la medida en que son estimados por los individuos que los producen y reciben; es decir, elogiados o denunciados, apreciados o despreciados por tales individuos" (p.230). En el caso de la presente investigación, el carácter contextual de los bienes culturales



conduce el análisis de la valoración simbólica hacia la pregunta por el valor que para los públicos tienen los bienes culturales en un registro material y temporal que considera la transición de lo presencial a lo digital.

Si bien los bienes culturales son formas simbólicas en el registro thompsoniano, Ortega (2009) precisa que, por un lado, no todas las formas simbólicas son bienes culturales, y, por otro lado, no todos los bienes simbólicos son bienes culturales. La particularidad de los bienes culturales como formas simbólicas es que se producen en el campo de la producción cultural en términos bourdianos. En la presente investigación, el campo de la producción cultural se traduce en el Centro Gabriela Mistral, institución cultural que se autolegitima a través de la producción y circulación de los bienes culturales. Al precisar que los bienes culturales son producidos institucionalmente, se manifiesta una intencionalidad explícita que guarda relación con el carácter expresivo y comunicativo de las formas simbólicas, es decir, que los bienes culturales son producidos para expresar y comunicar por parte de las instituciones culturales, y para ser recepcionados y consumidos por parte de los públicos.

Para la comprensión de las significaciones atribuidas a los contenidos culturales que se producen y circulan en plataformas digitales se recurre al concepto de ecología, esto es, una red de relaciones (Choy, 2011) cuya constitución y despliegue está dada en la presente investigación por los entrelazamientos entre los bienes culturales, los soportes materiales, y los públicos, tres elementos que se condicen respectivamente con el circuito de los bienes culturales: producción, circulación y recepción. Que la ecología digital comporte una dimensión relacional implica que los actores y las materialidades se inscriban en dinámicas procesuales no exentas de fricciones, cuya estabilidad es siempre contingente y dispuesta a eventuales problemáticas.

Se dirige el análisis entonces hacia el ámbito de las prácticas, donde la experiencia cultural se realiza en un doble cruce que considera el marco de las identidades individuales y el marco de los significados de los bienes culturales (Pinochet y Güell, 2018). Específicamente, poner el foco en las prácticas como el lugar donde descansa la experiencia cultural permite identificar las dinámicas subjetivas atribuidas por los públicos a los bienes y servicios culturales, considerando el proceso de digitalización que tiene como consecuencia la transformación de los soportes a partir de los cuales los bienes y servicios son producidos, circulados y recepcionados en el circuito cultural.



Metodología

Para responder a las preguntas formuladas en los capítulos anteriores, se considera la realización de 15 entrevistas con públicos del Centro Gabriela Mistral. Las entrevistas son semiestructuradas y se llevaron a cabo entre agosto y septiembre de 2021. Para seleccionar a las y los entrevistados se realizó i) un llamado a través de una base de datos otorgada por la unidad de Estudios GAM, y ii) un llamado a través de plataformas digitales de GAM. Todas y todos los interesados en participar tuvieron que completar un formulario que consideraba un criterio de acceso y un criterio de edad.

El criterio de acceso se refiere al modo de participación por parte de los públicos, distinguiendo i) un tipo de acceso (presencial y/o digital), y ii) un periodo de acceso (previo y/o durante la pandemia). Al respecto, se identifican dos tipologías de acceso: i) haber accedido a GAM de forma presencial previo a la pandemia; ii) haber accedido a GAM de forma presencial (previa pandemia) y digital (durante pandemia).

Para definir el criterio de edad se recurre a la variable 'generaciones' propuesta por Howard Gardner y Katie Davies y presente en el informe realizado por GAM *Consulta sobre consumo de contenidos digitales de artes escénicas en contexto COVID-19* (ver unidad de Estudios GAM, 2020a). El esquema identifica generaciones con un segmento etario determinado, y permite el análisis de los segmentos de los públicos a partir de su relación y grado de cercanía con las plataformas digitales de GAM.

Tabla I. Generaciones

Criterio de edad	Generación	Descripción
18 a 26 años	Generación Z o centennials	Nativos digitales, con acceso a dispositivos móviles inteligentes a temprana edad. Preferencia por los videos en vivo. Valoran la opinión de sus pares para la toma de decisiones. Pasan mayor cantidad de horas conectados al día.
27 a 39 años	Generación Y o millennials	Alto acceso a la tecnología e información. Valoración de la autorrealización y la diversidad. Buscan respuestas y el sentido de las cosas.
40 a 51 años	Generación X	Cambios en la familia tradicional. En Chile nacieron en dictadura. Paradigma de la modernidad líquida, el mundo está en constante cambio, generación escéptica.
52 a 71 años	Baby Boomers	Generación de posguerra, influenciadas por la guerra fría, el movimiento hippie y el rock. Se caracterizan por ser idealistas, comprometidos con el trabajo, siendo el área laboral un componente constituyente de sus vidas.
72 años o más	Generación silenciosa	Generación de las personas mayores, influenciadas por la Segunda Guerra Mundial. Conservadores y disciplinados. Siguen el modelo fordista, reglas formalizadas.

Fuente: Unidad de Estudios GAM (2020).

Además del análisis de las entrevistas, se revisaron los reportes y encuestas de caracterización de públicos realizados por la unidad de Estudios de GAM, y se realizaron reuniones con diferentes departamentos de GAM (Comunicaciones, Programación y Audiencias, BiblioGAM) con el objetivo de comprender el proceso de gestión y adaptación institucional durante la crisis sanitaria por COVID-19.



Significaciones y usos del espacio cultural

El Centro Gabriela Mistral ofrece una gama amplia de espacios, bienes y servicios de carácter artístico y cultural, los cuales son muy relevados y relevantes por parte de sus públicos. Las prácticas culturales de los públicos se manifiestan a través de su relación con los contenidos culturales, considerando las significaciones del espacio en sus distintas formas de vivenciarlo y comprenderlo. Al respecto, GAM es concebido como un espacio propio de una esfera pública en la cual se atribuyen adjetivos sin límites, y que es facultativo de una multiplicidad de ambientes que conviven y acogen por sí mismos. Específicamente, el carácter atribuido al espacio se manifiesta de distintas formas, tales como espacio urbano, espacio de encuentro, espacio artístico, espacio de ocio y entretención, espacio de distensión, espacio de novedad, entre otros.

Indagar en las prácticas culturales de los públicos descansa en el reconocimiento de la diversidad de modos de habitar el espacio, puesto que toda construcción del espacio es en sí un habitar y también una señal sobre cómo se significa el habitar. En general, se observa un acuerdo por percibir GAM como un espacio intergeneracional, esto es, un lugar donde conviven jóvenes y adultos, pero también desconocidos, donde entre todos los partícipes se generan aperturas individuales hacia el contacto con el otro. Esta intergeneracionalidad que provee el espacio se explica por su carácter de plasticidad, un espacio adaptable que permite la convivencia de distintas identidades y generaciones etarias.

En general, los modos de participación en el espacio se vinculan con la percepción acerca de la relevancia y trayectoria histórica del centro cultural, donde los públicos construyen una metáfora a partir del desenvolvimiento de los sujetos en la ciudad: un espacio plural y diverso, una edificación que aglutina a sujetos etaria e identitariamente distintos que tienen en común el gusto por “lo artístico” y “lo cultural”. Esta historicidad se define como la relación histórica de los públicos con la institución cultural. Cronológicamente, se reconoce y se hace referencia a la construcción del edificio en los años setenta, su rol en la dictadura cívico-militar bajo el nombre de ‘Diego Portales’, y su incendio en los albores del presente siglo. Posteriormente, el cambio de nombre a ‘Centro Gabriela Mistral’ se reconoce como una convención desde el año 2010 en adelante.

“Era tradición ir, “oye, ¿qué están haciendo?”, “en el GAM hoy día toca alguien” u “hoy día expone alguien”

(14. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación X)

Es posible identificar dos formas de visitar GAM: asistir de forma individual y asistir de forma colectiva. Mientras el primero se relaciona con el espacio de una manera personal e introspectiva, para el segundo se posibilita la construcción de un panorama compartido con amigos y/o familiares. Sin duda, en ambas formas de visitar GAM se entremezclan las diversas formas de relacionarse con el espacio, esto es, desde concebirlo como un lugar de tránsito y un ejercicio despojado de lo cotidiano, hasta concebirlo como un lugar que se convierte en un punto de encuentro con amigos y/o familiares.

De acuerdo con lo anterior, habitar GAM no se traduce solamente en transitar por el espacio y significarlo como un lugar de relajación y contemplación, sino también como un espacio que permite ser cómplice con otros, posibilitando dinámicas que forman nuevos modos de participación en un terreno donde, en percepción de los públicos, pareciera ser que constantemente está ocurriendo algo novedoso. Esta sensación de experimentación constante es lo que se conceptualiza como lo “ritual” o lo “mágico”, una ambientalidad



que se convierte en un romance entre lo esperado y lo impredecible, y que es posible vivir independiente de visitar GAM de forma individual o acompañado.

“No todos los fines de semana se escucha lo mismo, no están las mismas personas, los mismos músicos, entonces todo es como nuevo, todo es una nueva experiencia y todo lo vives de manera distinta, incluso cuando de repente vas solo o vas con otra persona, entonces ya es una experiencia totalmente distinta, el público que hay ahí son personas distintas, tus interacciones son distintas, entonces todo es una experiencia nueva, una experiencia distinta”

(7. Entrevistado, acceso presencial, generación Y)

Entendiendo por rito el conjunto de prácticas sociales, el conjunto de modos-de-hacer que se materializan al momento de participar y consumir los bienes y servicios que provee el espacio cultural, hablar de rito es hablar del lenguaje de la magia en sentido antropológico, donde para los públicos de GAM es solamente la participación presencial la que vendría a explicar y comunicar lo que es ir y vivenciar el espacio y compartir la programación cultural ofrecida. En estos términos, quienes enarbolan experiencias culturales ritualistas consideran que abandonar la presencialidad significa que la apropiación y el sentido de pertenencia acerca del espacio pierde su sentido.

Es posible distinguir esta ritualidad a partir de las edades de los públicos: mientras para los adultos el espacio GAM es una puerta que cohesiona la vida social y propicia un espacio de reunión comunitario, para los jóvenes se convierte en el punto intermedio y de referencia para la proyección de otras actividades. De esta forma, es el público joven (generación Z) y adulto joven (generación Y) los que valoran el espacio de GAM independiente del consumo de bienes y servicios culturales.

“Más individual porque pasaba por ahí po’, porque me obligaba a pasar por ahí. Generalmente cuando era en grupo era porque íbamos puntualmente a ver algo, y en solitario porque me hacía el pasito por ahí, el tránsito”

(6. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación Y)

Por su parte, es el público adulto (Generación X y Baby Boomer) y adulto mayor (Generación Silenciosa) quienes tienen una mayor disposición a consumir contenidos culturales, identificando y valorando el componente comunitario que propicia GAM, donde lo esencial es la comodidad común de todos quienes transitan por el espacio.

“Como que ese espacio y ese respeto que tiene [GAM] nada lo va a hacer perder porque eso ya se ganó, ese respeto o ese ambiente que se vive es único, se vive ahí no más, el cómo se respira la cultura, todo se vive ahí”

(14. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación X)

Sin duda, los diversos modos en que los públicos significan y usan GAM se relacionan con el componente barrial, ampliando los márgenes estructurales del espacio al proyectar la experiencia cultural hacia lugares externos al centro cultural. Si bien no se observan delimitaciones geográficas claras, se señalan lugares que dan cuenta de una comprensión



amplia del sector en el cual se inserta GAM, vinculándolo principalmente con el Barrio Lastarria, secundado por el Parque Forestal, y en menor medida por el Cerro Santa Lucía.

Aperturas y posibilidades digitales

Dado el cierre de las instalaciones de GAM y el consecuente traslado y fortalecimiento de las plataformas digitales por parte del centro cultural, los públicos se ven envueltos en nuevas prácticas y formas de participación y consumo de bienes culturales. A través de las entrevistas fue posible construir perfiles de público que, lejos de ser excluyentes entre sí, permiten identificar los diferentes modos en que las plataformas y contenidos digitales fueron recepcionados y significados en tiempos de pandemia por parte de los públicos.

Una modalidad de participación implica la comprensión de la cultura digital a partir de la idea de apertura, percibiendo que la transición desde lo presencial hacia lo digital no reviste complejidad y/o desafección radical sino más bien una continuidad, en tanto es posible seguir manteniendo una relación con GAM más allá del cambio de los soportes a partir de los cuales se disponen los bienes culturales. Para estos públicos, considerados las y los flexibles, la programación cultural disponible por medio de plataformas digitales se convierte en una alternativa viable que se valora satisfactoriamente.

“Yo creo que la pandemia marca un poco de expandir y de salir de la barrera, pero a probar otros formatos, no algo en reemplazo de lo presencial, sino como a empezar a probar otras cosas que se pueden hacer digitalmente”.

(10. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación Y)

En tiempo de pandemia, los públicos consideran que mantener un *continuum* de participación y consumo de bienes culturales es fundamental dentro de los planes a realizar en el tiempo libre. Un elemento característico refiere a la valoración que entregan a la dimensión de ocio y entretenimiento dentro de su cotidianidad, donde la oportunidad que ofrece la pandemia para (re)significar la cultura digital y, de esta manera, expandir las formas de experimentar la participación y el consumo, ilustra un sentido de apertura con estas plataformas digitales, considerándolas atractivas e interesantes.

“Yo creo que todo esto de la virtualidad es bien experimental, tanto la oferta, los formatos, todo. Entonces, por eso te digo, es como experimental, pero también es algo entretenido de ver y también algo que se debería quedar, tenemos pa’ rato seguir ahondando en esto”

(11. Entrevistada, acceso presencial y digital, generación Y)

Siguiendo los planteamientos de la socióloga Madeleine Akrich (2006), se observa que esta gramática de la apertura guarda relación con el hecho de que lo digital figura como un guion que posibilita un entrelazamiento con los públicos, cuyo despliegue es múltiple y contingente. Es decir, la relación entre los públicos y el guion digital de GAM, a partir



de las mediaciones tecnológicas que hay entre uno y otro, y que, por cierto, posibilitan la distribución, circulación y recepción de los bienes culturales, da cuenta que es una interacción que se caracteriza por la negación de la clausura, o, en otros términos, la negación de cualquier forma de sutura que imposibilite que los públicos se vean llamados a abrazar la experimentación y apertura que estas plataformas digitales proveen.

Este público no se identifica con un segmento etario determinado o con un grado alto o bajo de digitalización, más bien es transversal. A pesar de ello, son los jóvenes (generación Z) y adultos jóvenes (generación Y) quienes, a diferencia de los adultos, poseen un mayor sentido de apertura con las plataformas digitales, posibilitando formas de participación y consumo de bienes y servicios culturales que se caracterizan por la convivencia con otros, compartiendo la experiencia con amigos y/o familiares.

En última instancia, y debido a la transición de lo presencial a lo digital, es posible afirmar que la relación entre los públicos y la digitalización de los contenidos culturales habita en una suerte de indeterminación, donde la ganancia se percibe como la oportunidad de explorar nuevos registros que amplían las posibilidades en términos de la distribución y circulación de los bienes culturales —por parte de GAM—, y la recepción y el consumo de los bienes culturales —por parte de los públicos—.

Clausuras y hastíos digitales

A diferencia de quienes se mantuvieron flexibles en el marco de la forzosa transición desde lo presencial hacia lo digital, se encuentran un público que, frente al azote infranqueable de las plataformas digitales, intentaron adaptarse a ello, pero luego de darle una oportunidad terminaron por sucumbir en el hastío: las y los hastiados. Específicamente, los bienes y servicios culturales ofrecidos por medio de las plataformas digitales dejan paulatinamente de ser relevantes, pues el valor atribuido a la participación y el consumo de bienes culturales en términos de desconexión de lo cotidiano ya no tiene el resultado esperado al encontrarse en el hogar, un espacio al que en la mayoría de los casos se le atribuyen usos de estudio y trabajo, y, por ende, genera incomodidad o desinterés para disfrutar de contenidos culturales, especialmente en tiempos de pandemia.

Yo diría que la pandemia más que lo haya facilitado, sino que lo ha forzado, sí, lo ha forzado, soy tajante con el forzado. Como yo te digo, era mucho más espontáneo sobre todo con este tipo de cosas mi relación, pero más de pasar por GAM”

(1. Entrevistado, acceso presencial, generación Z)

Se trata entonces de un público que intentó ser flexible al inicio de la pandemia, pero que paulatinamente fue perdiendo la disposición de consumir contenidos culturales digitalizados, ya sea por comprender el hogar como un espacio incómodo para ello, o por cambios de hábitos e intereses durante la pandemia. En este escenario, la provisión digital de la cultura suscita una perplejidad que no comporta potencialidad alguna, más bien deviene en problemática. Es decir, si según el sociólogo David Stark (2011) es la perplejidad el punto de partida ideal a partir del cual surgen desacuerdos fructíferos para discutir el valor de las cosas, el advenimiento forzado de lo digital sustrae su potencia y resta a los públicos de aprobaciones y valoraciones positivas sobre los mismos.



“Tienes que acondicionar todo, como lo que te hablaba de generar ambiente. Entonces, por ejemplo, ahora, aquí contigo, sentada en mi escritorio, me siento cómoda, pero si estuviera viendo una obra no me sentiría de la misma manera”

(5. Entrevistada, acceso presencial, generación Y)

La inseguridad e incerteza respecto al adecuado funcionamiento de los artefactos tecnológicos como condicionante para acceder a los bienes culturales contribuye a la perplejidad de este escenario, minando motivaciones de acceso que eventualmente se esperaban encontrar. La pérdida de fricciones y entrelazamientos entre los públicos y las plataformas digitales revela cómo la digitalización carece de una disonancia en los términos de Stark, una disonancia en la que primen significaciones referidas a lo “llamativo” o “interesante”, y, en esa medida, distando sustancialmente de las significaciones atribuidas al espacio cultural en tanto proveedor de una experiencia ritual.

“Crea como un sentido de inseguridad en el sentido de que “¿va a funcionar?”, “¿lo voy a poder apreciar bien?”, “¿mi tele tendrá los pixeles suficientes como para apreciar un cuadro?”, “¿el audio de mi tele alcanzará a escuchar el bajo que está sonando detrás de la banda que estoy viendo?”. Yo creo que es eso, no te da seguridad yo creo, eso es”

(14. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación X)

La pérdida de disonancia se traduce en que la digitalización de los bienes culturales no ofrece una vía para que los públicos exploren y experimenten con ellos. Por el contrario, estas percepciones atribuyen a lo digital una mera operativización de la cultura que inhibe las texturas y riquezas que provee lo presencial, siendo precisamente esta modalidad de participación y consumo de bienes culturales lo que ellos anhelan, pues permite una experiencia cultural donde prima lo disonante y la experimentación constante.

“Al comienzo se notaba que había un cambio en el manejo de ciertos contenidos, pero, claro, al comienzo para todos era un poco raro: “ya, ¿cómo lo hago?, me manda el link de Zoom”, ya, “¿y cómo lo hago?”. “Ahora voy a ver la obra por Zoom”, y era un poco raro”

(11. Entrevistada, acceso presencial y digital, generación Y)

Finalmente, cabe destacar que esta disposición para con las plataformas digitales es mayoritaria por parte de los públicos, donde las excepciones a la regla responden menos a las diferentes generaciones etarias y/o grados de cercanía con las plataformas digitales, que a la valoración personal de la cultura en la vida cotidiana de los públicos.

Entre la oportunidad de lo digital y la nostalgia por lo presencial

Entre aquellos que consideran la cultura digital como una vía alternativa y quienes se sienten hastiados de las plataformas digitales, se encuentra un público cuya relación con los contenidos culturales en tiempos de pandemia se traduce en un afán de participación y consumo que se encuentra atravesado por la resonancia de afectos y sentimientos pasados que se arrastran a tiempos previos a la pandemia.



Es característico de los públicos un anhelo por el pasado que descansa en la rememoración que se experimenta cuando se ven enfrentados a una oferta cultural digital incapaz de transmitir afectividad, o que dista sustantivamente de la vitalidad que caracteriza a lo presencial. Estas reflexiones afectivas se dan mayoritariamente entre los jóvenes (generación Z) y adultos jóvenes (generación Y), es decir, los menores de 40 años.

“La risa en vivo, el llanto en vivo, la emoción en vivo. Siento que eso es lo que diferencia, y es finalmente lo que me hace a mí siempre optar por lo presencial, del disfrute vivo, de la situación, porque sigo sintiendo que sigue siendo un acto íntimo”

(10. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación Y)

Lo interesante de estas significaciones de resonancia de un pasado es que difiere sustantivamente del deseo que surge en tiempos de pandemia a propósito de la digitalización de los contenidos culturales, lo que ilustra cómo la ecología digital —esto es, la dimensión relacional entre los públicos, las materialidades y las plataformas digitales— deviene en una máquina capaz de producir afectos ordinarios (Stewart, 2007) respecto a lo digital, afectos comunes y corrientes que distan de la participación y consumo presencial en tanto lugar propicio en el que coexiste una multiplicidad de eventos y condiciones para la construcción de la experiencia y las prácticas culturales.

La vitalidad y mundanidad de lo presencial contribuye a que los públicos edifiquen regímenes de reflexión e imaginación afectiva que se contraponen a las vicisitudes y sinsabores de lo digital, realizando un ejercicio de memoria hacia el pasado que proyecta y busca hacer presente aquello que proveía lo presencial, de modo que la comparación entre una y otra porta una significación relevante para ellos.

“La presencial se disfruta más, para mí se disfruta mucho más. No sé, si es una obra de teatro obviamente uno ve las expresiones de los actores, o si quieren expresar un sentimiento en vivo se siente. Uno puede llegar a emocionarse. En cambio, en lo digital, ya, uno igual puede, pero son tantos factores externos, que la luz, que sonó el timbre”

(14. Entrevistado, acceso presencial y digital, generación X)

En estos términos, las significaciones sobre las aperturas y clausuras de la digitalidad devienen posteriormente en un carácter nostálgico, donde la abrupta suspensión de la presencialidad no solo se materializó en la transformación de la programación cultural, sino también, en la práctica, se alejó a los públicos de un edificio vivo en la ciudad, un espacio de referencia cultural para reunirse y desconectarse de lo cotidiano.

“Era un espacio muy de ocio, sí, pero también de desconexión, pero de desconexión como de este mundo para conectarse con otras cosas”

(12. Entrevistada, acceso presencial, generación Y)

Esta desconexión de lo cotidiano se asocia con una presencialidad pasada que posibilitaba la emoción y la sensibilidad para y con otros. Es decir, es una respuesta a un sentimiento casi irrecuperable, entendiendo que para los públicos la pandemia suspendió lo que el



poeta Charles Baudelaire entiende como la adopción del rol de *flâneur* por parte de los individuos, esto es, un proceso subjetivo que se materializa en una forma diferente de vincularse con la realidad: la devoción de transitar por la ciudad.

El constante recuerdo de los públicos es el de un espacio que permitía evadir la cotidianidad y que por medio del uso y apropiación del espacio posibilita 'sentirse vivo'. Asistir a GAM se concibe como un rito de desconexión, un espacio para dejar atrás la rutina con el propósito de entregarse a la experiencia de la imaginación, en considerables ocasiones, una forma de participación que solo es posible en el espacio que permite y provee GAM. Esto invita a posicionar la ritualidad que provee el centro cultural enfatizando la significación de la misma presencialidad que se desea retorne, por una parte, para devolver la conexión con lugares colindantes como Barrio Lastarria o Parque Forestal, y, por otra parte, para recuperar el rol activo frente a la valoración y apropiación del espacio y de los contenidos culturales.

Sin duda, las significaciones atribuidas a GAM como un espacio de desconexión hace pensar en un mayor impacto identitario que recae sobre los públicos, donde, en términos de la recepción de la cultura por parte de los públicos, es difícil pensar que lo digital pudiese ser una alternativa que reemplace lo presencial. No es menor que existan apreciaciones acerca de un contenido cultural que no logra ser alternativa a la conocida puesta en escena de los contenidos culturales en lo presencial, acusando la falta de innovación e identidad al despliegue digital por parte de la institución, y, en consecuencia, homogeneizando la oferta con plataformas digitales de *streaming* por suscripción.

De acuerdo con lo anterior, la digitalización deviene en sí misma en un ámbito que suscita que los públicos se construyan y se inscriban en regímenes de valoración que distan sustantivamente de la gramática de valoración que acaece en la modalidad presencial.

“El consumo virtual, si bien te genera la inmediatez y la comodidad a lo mejor de estar en tu cama, yo creo que el arte necesita abrirte otros sentidos más allá de la vista. No es lo mismo estar sentado en el teatro, con el ruido, con el silencio del público ante una obra, porque los ruidos y el sonido es distinto al que tú puedes conseguir en un celular o en un computador”

(8. Entrevistado, acceso presencial, generación Y)

Estos juicios críticos evidencian cómo los regímenes de valoración se articulan en virtud de un carácter nominal en los términos de la socióloga Marion Fourcade (2016), es decir, apuntando sus valoraciones a la esencia de lo digital en tanto única ecología cultural dispuesta para la participación y el consumo en tiempos de pandemia. Por esta razón, la participación y el consumo digital producen que los públicos reflexionen en torno a este y exploren narrativas de valoración capaces de orientarse a partir de sus aspectos identitarios constitutivos, encarnando y desplegando actos interpretativos (Fourcade, 2016) que ponen en jaque el carácter aparentemente “lego” o “no experto” de los públicos, en tanto las valoraciones formuladas apelan al sentido que tiene para ellos la participación y el consumo de bienes y servicios culturales.



Consideraciones finales

La presente investigación tuvo el propósito de develar aquellos elementos motivacionales y experienciales de los públicos del Centro Gabriela Mistral a propósito del proceso sociocultural de participación y consumo de bienes y servicios en tiempos de pandemia por COVID-19. Al respecto, se identificaron diversos modos en que los públicos se relacionaron con el espacio y con los contenidos culturales, evidenciando que la pandemia desempeñó un rol significativo en la construcción de subjetividades y reflexividades en el ámbito de las prácticas culturales, partiendo por la transformación de las experiencias en relación a los soportes a partir de los cuales los bienes y servicios son ofrecidos y, en consecuencia, recepcionados y consumidos.

A partir de los resultados se pueden observar las múltiples complejidades, potencialidades y vicisitudes que han atravesado los públicos y sus prácticas de participación y consumo de bienes y servicios durante el contexto de pandemia, lo que no solamente ha significado un cambio sustantivo en su repertorio de experiencias, sino también un rediseño en cómo el GAM se vinculó con ellos en este escenario. En tiempos de pandemia, la participación y el consumo digital emerge como una alternativa que tiene tanto seguidores como detractores, donde cada uno de los sujetos construyen narrativas que les proveen de singularidad para su experiencia cultural.

Efectivamente, la virtualidad vino a ampliar el acceso a los públicos, pero también vino a vislumbrar la necesidad de vivenciar experiencias presenciales a propósito de la pérdida del carácter ritualista que provee el espacio cultural. A pesar de ello, cabe destacar que la producción y circulación digital de los contenidos culturales es un aporte, pues posibilita el desafío de GAM de construir una ecología digital que no se traduzca solamente en un repositorio de contenidos culturales, sino que invite a los públicos a participar.

En la práctica, se visualiza un panorama de profundos desafíos sobre el terreno de la digitalización de la cultura, en tanto la digitalización de la experiencia cultural tiene grandes probabilidades de derivar en la pérdida del carácter de ciudadanía del sujeto que se constituye como público, esto es, el debilitamiento del vínculo entre los públicos y la institución cultural, caracterizado por la pérdida de la participación cultural activa en tanto diálogo, reflexión y discusión sobre la cultura. En el caso particular de los públicos de GAM, cabe considerar que el traslado momentáneo de la experiencia cultural hacia el plano digital puso en riesgo justamente la ciudadanía de los públicos, en tanto se desplaza la riqueza de lo que provee el espacio cultural, esto es, un espacio en el cual es posible dialogar, reflexionar y discutir sobre la cultura.

De acuerdo con lo anterior, una de las conclusiones transversales de la presente investigación es que el devenir de los públicos no depende solamente de las voluntades de los equipos de audiencia de las instituciones culturales, sino también de las crisis que experimentan los países en su desenvolvimiento histórico (Peters, 2018). Sin duda, el desafío de una institución cultural como GAM de fortalecer sus plataformas digitales para la distribución y circulación de su programación cultural es producto de un contexto de crisis sanitaria más que de una planificación elaborada de antemano, descansando en un proceso de adaptación institucional donde un porcentaje de las decisiones descansaron en un ensayo y error: por ejemplo, reconfigurando los roles de los diferentes departamentos en miras del trabajo colaborativo, pero viéndose aporreados al momento de coordinarse entre los mismos cuando varios departamentos estaban involucrados para gestionar una determinada actividad. Este proceso se asimila al hecho de realizar una encuesta para evaluar la experiencia de servicio, pero donde el pilotaje de la encuesta, definido como el proceso de evaluación que permite poner a prueba el instrumento de medición, está incluido en el mismo y no en un proceso de evaluación ex-ante o ex-post.



En este escenario, la oportunidad para GAM se manifiesta en términos de un proceso de reflexividad institucional cuya efectividad se traduce eventualmente en una adecuada gestión estratégica. El desafío de GAM implica ser capaz de abrazar un sentido de reflexividad no tan solo para y por los públicos, sino también con ellos, considerando que estamos en un mundo que experimenta aceleradas transformaciones y contingencias que modifican el despliegue de la vida social. GAM, en tanto posee un rol institucional en el campo de la cultura en Chile, debe ser capaz de comprender, traducir y desplegarse en un espacio de simetría con los públicos para fines de atender sus anhelos, prácticas y formas imaginativas en torno a cómo vivenciar la cultura. En esta línea, conforme la institucionalidad de GAM esté anclada en un registro reflexivo, permite suspender la todavía manifiesta relación entre “los expertos culturales” y los “públicos legos”, y, en efecto, sentar las bases para nuevas formas de cooperación y de cocreación en el circuito cultural de distribución, circulación y recepción de bienes culturales.

Sobre esto último, la convocatoria ‘Laboratorios Públicos GAM 2021’ orientada a postular proyectos de investigación en temáticas de estudios de públicos y audiencias es un ejemplo que evidencia la democratización entre los diferentes agentes que son partícipes del circuito cultural, estableciendo puentes entre la institución cultural, la investigación social y los públicos de la cultura. A propósito de la presente investigación, la incorporación de una instancia de evaluación cualitativa es una oportunidad para participar en el cómo se piensa y programa la institución cultural desde el punto de vista de sus públicos, lo que permite diseñar planes de gestión orientados no solamente a la captación y fidelización de los mismos, sino también a la convivencia con ellos.



Referencias bibliográficas

- Akrich, M. (2006). Les utilisateurs acteurs de l'innovation. In M. Akrich, M. Callon & B. Latour (Eds.), *Sociologie de la traduction. Textes fondateurs* (pp- 253-266). Mines: Presses des mines.
- Choy, T. (2011). *Ecologies of Comparison. An Ethnography of Endangerment in Hong Kong*. Durham: Duke University Press.
- Fourcade, M. (2016). Ordinalization. *Sociological Theory*, 34(3), pp. 175-195.
- García-Martín, I., Ortega-Mohedano, F., y Pérez-Peláez, M. (2021). Comunicación y espacios culturales en tiempos de COVID-19. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 2021(154), pp. 21-43.
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP). (2020). Catastro de estado de los agentes culturales y artísticos / COVID-19. Recuperado de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/04/catastro-covid-19.pdf>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP). (2021). Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024. Recuperado de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2021/09/plan-nacional-de-desarrollo-y-formacion-de-publicos-2021-2024.pdf>
- Noehler, L., Gilmore, A., Jay, C., & Yehudi, Y. (2021). The impact of COVID-19 on digital data practiques in museums and art galleries in the UK and the US. *Humanities & Social Sciences Communications*, 8(236), pp. 1-10. doi: 10.1057/s41599-021-00921-8
- Ortega, L. (2009). Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis. *Culturales*, V(10), pp. 7-44.
- Peters, T. (2017). Apuntes para discutir la investigación en cultura hoy. En Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (coord.), *Observatorio Cultural* (pp. 43-45). Santiago de Chile: CNCA.
- Peters, T. (2018). Museos y estudios de público en el siglo XXI: Apuntes históricos, teóricos y empíricos para pensar su situación en Chile. *Revista Museos*, (23), pp. 18-23.
- Peters, T. (2020). Espacios culturales y museos bajo el estallido social de octubre de 2019 en Chile: Experiencias, lecciones y proyecciones. *ALTERIDADES*, 30(60), pp. 51-65. Santiago de Chile: Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo, Universidad de Chile.
- Pinochet, C., Peters, T., y Guzmán, V. (2021). La crisis COVID en el sector cultural chileno: Estrategias de acción colectiva y políticas culturales desde abajo. *Revista de Estudios Sociales*, 78, pp. 14-35.
- Pinochet, C., y Güell, P. (2018). Visitantes, audiencias, públicos. Apuntes para un estudio desde las prácticas culturales. *Atenea 518*, II Sem., pp. 151-166.
- Shehadi, S. (24 de marzo de 2020). How coronavirus is making virtual galleries go viral. *The New Statesman*. Recuperado de <https://www.newstatesman.com/science-tech/2020/03/virtual-galleries-art-museums-tours-online>
- Stark, D. (2011). *The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life*. Princeton: Princeton University Press.
- Stewart, K. (2007). *Ordinary Affects*. Durham: Duke University Press.
- Thompson, J. (2002). Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Unidad de Estudios GAM. (2020a). Consulta sobre consumo de contenidos digitales de artes escénicas en contexto COVID-19. Recuperado de https://www.gam.cl/documents/924/202006_documento-consultaCOVID19.v5.pdf
- Unidad de Estudios GAM. (2020b). Reporte anual de actividades y públicos 2020. Recuperado de https://www.gam.cl/documents/958/Reporte_anual_2020_de_Actividades_y_Publicos_.pdf