

Arte, cultura y nuevas tecnologías
en América Latina y el Caribe
Economía Creativa

Música y artes escénicas

Tendencias y estrategias digitales



Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Nótese que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



Autor: Pablo Solís Vega

Coordinación General: Aura

Aura es una consultoría en economía creativa basada en la Ciudad de México

Editoras de la serie: Isabel Gil Gómez, Alejandra Luzardo y Trinidad Zaldívar

Editores del libro: Jorge Carrión Castro, Julieta Maroni, Manuela Reyes Restrepo, Eduardo Saravia y Andrea Villers

Estudio cuantitativo: Sistemas de Inteligencia en Mercados y Opinión (SIMO)

Estudio cualitativo: Angélica Martínez

Datos: Jérôme Rozat

Asistentes de investigación: Lourdes Goldez, Maricarmen Martínez y Mónica Sandoval

Diseño editorial: Periferia Taller Gráfico

Diseño gráfico: S Consultores en Diseño

Corrección de estilo: Jorge Carrión Castro

Contenidos

Introducción	4
Metodología	6
1. Las huellas de la COVID-19 en la música y las artes escénicas	7
Se baja el telón: la escena en crisis	8
La brecha de datos y la informalidad del sector	16
Ante el desconcierto, floreció la colaboración	18
2. Reimaginando la música y las artes escénicas: entre lo presencial y lo digital	21
La transformación digital del sector musical y escénico	23
El desarrollo de plataformas de contenidos digitales y la multiplicación de las audiencias	26
Los retos de la adopción tecnológica	30
Innovaciones tecnológicas para llegar a las audiencias <i>offline</i>	31
Las tecnologías como soluciones a problemas de gestión y mercado	33
Las posibilidades de monetización	35
Los derechos de autor y la distribución de regalías en el espacio digital	39
La creación escénica en la virtualidad: ¿siguen siendo artes escénicas?	43
Cuando el futuro nos alcanzó: los mundos inmersivos y el metaverso	46
3. Casos de innovación	50
Teatrix. Argentina	51
¿Cómo promover el consumo de creaciones escénicas en la virtualidad?	
PortalDisc App. Chile	52
¿Cómo difundir las manifestaciones artísticas locales e incentivar la economía digital para los creadores escénicos?	
Pro Indie Music. México	53
¿Cómo apoyar al desarrollo profesional de músicos independientes desde una <i>app</i> ?	
Muse's Simulation Theory: Virtual Experience. Inglaterra	54
¿Cómo transformar un concierto en vivo en una experiencia digital interactiva?	
Interspecifics. México	54
¿Cómo crear vínculos innovadores con las artes escénicas para divulgar la ciencia?	
Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas (CRT+IC). Chile	55
¿Cómo potenciar el desarrollo tecnológico en las industrias creativas en la región?	
4. Reflexiones finales	57
5. Bibliografía y fuentes	61
6. Glosario	68
7. Tabla de proyectos discutidos en la publicación	71
8. Agradecimientos	76

Introducción

¿Cómo se ponen en escena la música y las artes escénicas en el espacio virtual? ¿Puede la experiencia en línea reemplazar lo presencial? ¿Cuáles son las posibilidades de estos sectores en la economía digital? ¿Cómo ayudan las tecnologías al desarrollo de sus funciones y qué transformaciones hacen falta para detonar el potencial de las industrias escénicas y musicales en la virtualidad?

En su informe *Visión 2025. Reinvertir en las Américas: Una década de oportunidades*, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) plantea que la región se enfrenta hoy al reto de la recuperación económica que definirá la próxima década, por lo que es necesario trabajar por un crecimiento sostenible e incluyente que exige reactivar el sector productivo de una forma que fomente, entre otros aspectos, la digitalización y rápida adopción de nuevas tecnologías, la innovación y el emprendimiento en las industrias creativas, el apoyo a las pymes y sinergias entre los sectores públicos y privados.¹

La música y las artes escénicas son un sector más de la economía que forman parte de este crecimiento sostenible e inclusivo. Son expresiones artísticas que se materializan en un escenario y cuya finalidad es la exhibición pública frente a una audiencia. Son formas expresivas inscritas en el universo de la interpretación, que incluye disciplinas como el teatro, la danza, la música, el circo, la ópera, el performance o la multidisciplina. En América Latina y el Caribe (ALC) son escasos los estudios sistemáticos que analizan y visibilizan el impacto de la música y las artes escénicas en la economía y en la sociedad. Este libro es el resultado de una investigación cuantitativa y cualitativa que recogió datos y experiencias sobre la adopción tecnológica en el sector durante la pandemia de la COVID-19, y presenta datos inéditos de la experiencia viva y reciente de sus instituciones y organizaciones en la región. La emergencia sanitaria significó bajar el telón para estas industrias, con la cancelación de las presentaciones en vivo, su principal fuente de financiamiento. El escaparate digital se convirtió en la única vitrina momentánea para encontrarse con el público, por lo que los profesionales del sector se volcaron al uso de las tecnologías y a la búsqueda de alternativas de creación, difusión y generación de ingresos. Éste fue el nacimiento de una exploración inédita con el uso de las herramientas digitales, cuyas experiencias y descubrimientos sin duda

¹ Banco Interamericano de Desarrollo, *Visión 2025. Reinvertir en las Américas: Una década de oportunidades* (Washington D.C: BID, 2021).

están cambiando las formas de experimentar algo tan antiguo como estas artes. La transformación digital en el sector creó lo que Jorge Dubatti, crítico e historiador teatral argentino, denomina el *tecnovivio*, —“la cultura viviente desterritorializada por intermediación tecnológica”—, que permite la interacción y comunicación sin una presencia física² a diferencia del convivio teatral que “exige la presencia viva, real, del cuerpo presente, de los artistas, en reunión con los técnicos y los espectadores”.³

Música y artes escénicas: tendencias y estrategias digitales forma parte de la serie editorial del BID, *Arte, cultura y nuevas tecnologías en América Latina y el Caribe*, que busca identificar las formas en que la tecnología puede impulsar la innovación en la economía creativa. Entendidos sus beneficios desde una perspectiva transversal, las actividades musicales y escénicas tienen impactos multidimensionales pocas veces analizados desde la perspectiva económica, y que las convierte en sectores productivos dignos de atención e impulso. Estas industrias aportan más que entretenimiento, pues contribuyen a la economía; crean empleos, muchos de ellos basados en la innovación y la creatividad; generan atractivos que se traducen en inversiones, talento y turismo; y fomentan la cohesión social, al promover el entendimiento mutuo y la empatía.

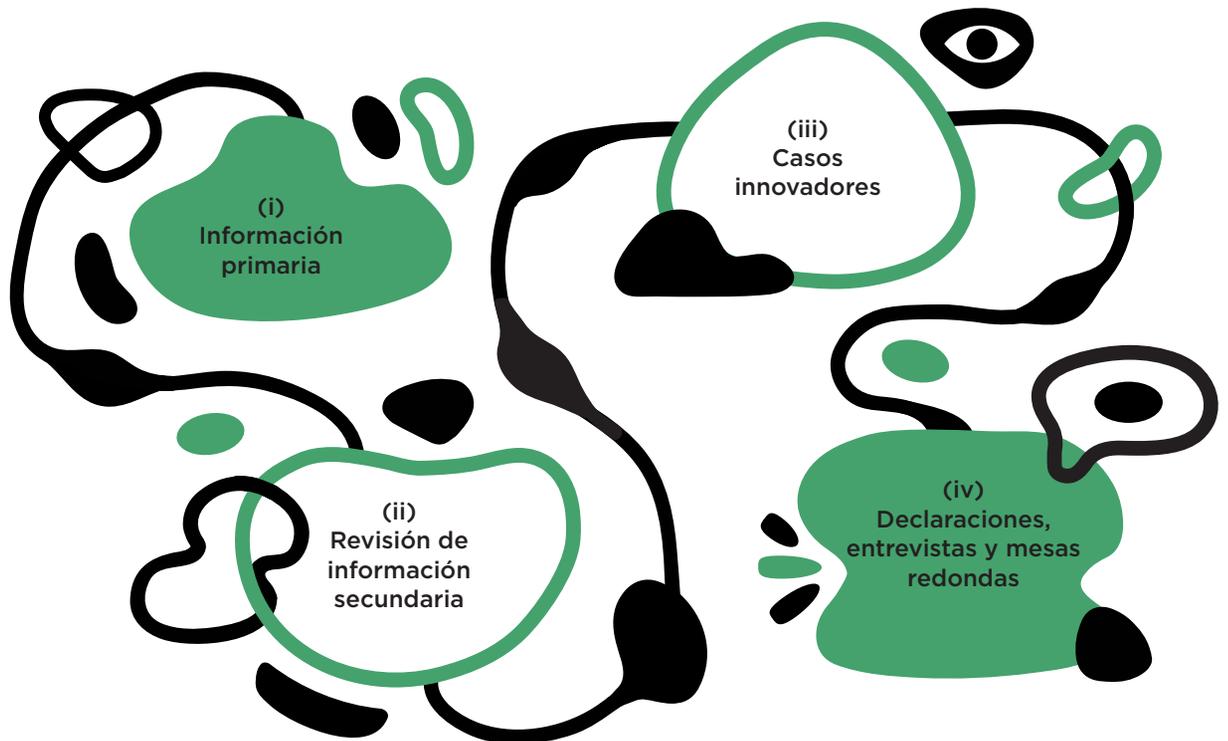
Esta publicación está dividida en cuatro capítulos, el primero sobre los efectos de la pandemia en la actividad musical y escénica y sus repercusiones en los profesionales del sector. En el segundo se describen los principales cambios que supuso la adopción de nuevas tecnologías, los retos a los cuales se enfrentaron y las innovaciones resultantes, haciendo énfasis en los nuevos modelos de negocio surgidos en el ámbito digital. En el tercero, se destacan casos emblemáticos de innovación tecnológica, en los que se apuntan tendencias y futuros posibles de la experiencia escénica desde la óptica digital. Por último, en las reflexiones finales se enlistan tendencias y estrategias para detonar la innovación tecnológica en las industrias musicales y escénicas, así como para apuntalar su función en el camino a la reactivación económica y el desarrollo sostenible en ALC.

2 Jorge Dubatti. “Convivio y Tecnovivio: el Teatro entre Infancia y Babelismo”. *Revista Colombiana de las Artes Escénicas*. Núm. 9 (2015): 44-54, http://artescenicass.ucaldas.edu.co/downloads/artesescenicass9_5.pdf.

3 *Idem*.

Metodología

Este estudio se generó a partir de **(i) información primaria**, mediante un *estudio cualitativo* de entrevistas a profundidad, con veintiséis agentes clave de la región, y un *estudio cuantitativo* a través de encuestas telefónicas a trescientos directivos de instituciones y organizaciones relacionadas con las artes escénicas, ya sea en los campos de la música, la danza, el teatro, la ópera o de expresiones multidisciplinares; **(ii) casos innovadores** en el campo de estas industrias en ALC; **(iii) revisión de fuentes secundarias** como informes y encuestas mundiales, regionales, nacionales y sectoriales; y **(iv) declaraciones, entrevistas y mesas redondas** con la participación de profesionales del sector, autoridades culturales y expertos en economía creativa. Los datos provenientes de otros estudios están referenciados en el aparato crítico de la publicación. Siempre que no se señale una referencia específica que respalde la información incluida, y en aras de no ser repetitivos, debe asumirse que la información proviene de nuestra investigación primaria.



1. Las huellas de la COVID-19 en la música y las artes escénicas

Las artes escénicas son un rito donde el espectador es “parte de”, no es un consumidor, sino un compañero de viaje. Sabíamos que el problema iba a ser muy grande con las artes escénicas en general, porque sin la presencialidad no podrían sobrevivir. El problema central durante la pandemia es la desconexión con el público, por eso se crearon nuevos lenguajes e instancias esperando la anhelada presencialidad.

—**Carmen Romero Quero**, directora general de la Fundación Internacional Teatro a Mil



Se baja el telón: la escena en crisis

La cancelación de las actividades presenciales dejó al sector sin trabajo y sin ingresos, tanto por la venta de entradas como por la recolección de regalías por ejecución pública de obras, así como por ver anuladas sus posibilidades de circulación. Fue un golpe estructural del que no todos salieron. Muchos emprendimientos independientes cerraron de manera indefinida y profesionales especializados migraron temporalmente a otras áreas productivas, mientras que otros se lanzaron a explorar su oficio en la virtualidad.

Se estima que en América Latina un mínimo de 6.908 teatros y 11.304 centros culturales fueron cerrados de manera intermitente durante todo el 2020 y gran parte del 2021.⁴ Los impactos derivados varían en la región, ya que en países como México y Argentina estas industrias generan el 5.6% y 4.4% del PIB cultural, mientras que en Colombia, Costa Rica y Ecuador, el 1.1%, 0.7% y 0.15%, respectivamente. Sumando estos cinco países, la variación interanual entre los segundos trimestres del 2019 y 2020 fue de -44% para las artes escénicas y -23% para la música (ver tabla 1).⁵ En el 2020 las pérdidas por ingresos de los conciertos de música en vivo a nivel mundial fueron de 30.000 millones de dólares.⁶ Del total de regalías mundiales por derechos de autor, las que sufrieron una caída de más de 1.000 millones de dólares en el primer año de la pandemia, la música generó 8.498 millones de dólares (el 89% del total), mientras que el repertorio dramático aportó 108 millones, cifra que representa una contracción del 44% con respecto al año anterior, para ubicarse en un mínimo histórico para el sector.⁷

4 Matías Triguboff, *et al.*, “Evaluación del impacto del COVID-19 en las Industrias Culturales y Creativas. Una iniciativa conjunta de MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB Y OEI” (París: UNESCO Publishing, 2021), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380185>.

5 *Idem.*

6 Andy Gensler, “2020*, A Year Forever Qualified”, *Pollstar*, consultado el 25 de mayo de 2021, <https://www.pollstar.com/article/a-year-forever-qualified-146993>.

7 Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC), “Informe recaudaciones mundiales 2021 (datos 2020)”, CISAC, consultado el 20 de enero de 2022, https://www.cisac.org/sites/main/files/files/2021-10/GCR2021%20CISAC%20ES_2.pdf.

Tabla 1. **Variación interanual del segundo trimestre de 2019 y 2020 de las artes escénicas y la música en cinco países de América Latina⁸**



País	Artes Escénicas	Música
Argentina	-81%	-58%
Colombia	-33%	-10%
Costa Rica	-17%	-17%
Ecuador	-27%	-21%
México	-27%	N.A.
Promedio 5 países	-44%	-23%

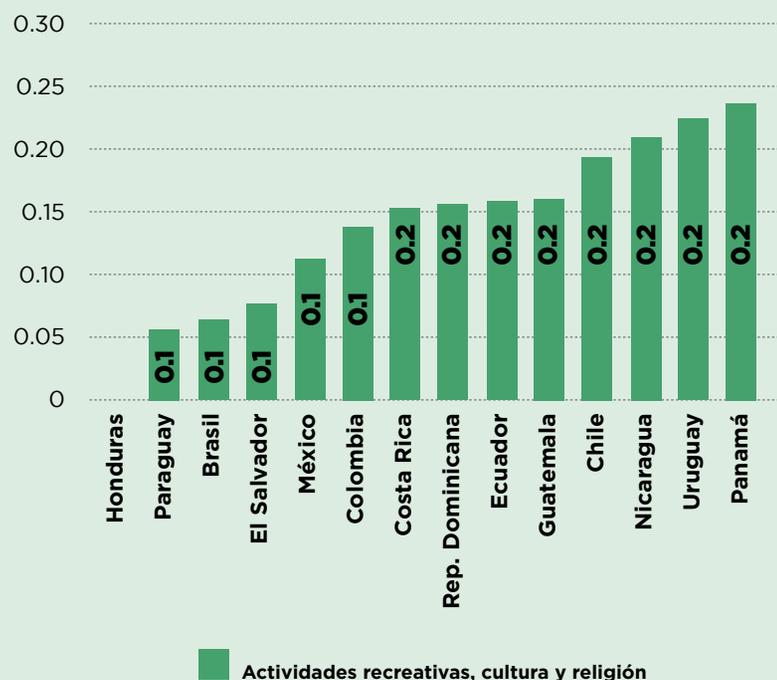
En ALC el financiamiento público tiene un rol central para las artes escénicas, ya que sus modelos de administración pública están enfocados en asegurar el derecho al acceso de bienes y servicios culturales, así como el derecho a participar en la vida artística y cultural. Los gobiernos de la región cuentan con instituciones de cultura que aportan a la formación, la producción y la difusión de actividades artísticas y culturales. No obstante, se ha calculado que el gasto en cultura por país no supera el 0.3% del PIB⁹ (tabla 2), mientras que las aportaciones económicas de los sectores creativos y culturales al PIB varían entre el 2 y el 5% aproximadamente.¹⁰ Ante este desequilibrio, existe una oportunidad de incrementar la riqueza y crear empleos mediante un aumento en el gasto público y una ampliación de los niveles de inversión en el sector creativo.

8 *Idem.*

9 Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), “América Latina (17 países): gasto en actividades recreativas, culturales y religión del gobierno central, 2018 (En porcentajes del PIB)”, consultado el 15 de marzo de 2021, <https://observatoriosocial.cepal.org/inversion/es/grafico/america-latina-17-paises-gasto-actividades-recreativas-culturales-religion-gobierno-0>.

10 Alejandra Luzardo y Lázaro Rodríguez Oliva, “Economía Creativa en América Latina. Mediciones y Desafíos”, Banco Interamericano de Desarrollo, 2018, 41-64. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-creativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Mediciones-y-desaf%C3%ADos.pdf>.

Tabla 2. **Gasto en actividades recreativas, culturales y religiosas del gobierno central en catorce países de ALC durante 2018 (en porcentajes del PIB).**¹¹



Aunque el 61% del sector reportó haber recibido apoyos por parte de instituciones públicas, estos resultaron insuficientes con la prolongación de las cuarentenas, lo que hizo necesario buscar alternativas. Al respecto, 77% consideró que la industria se volvió más solidaria (tabla 3) y 55% manifestó haber ayudado a otras organizaciones durante el confinamiento (tabla 4). También, 30% reportó la recepción de donativos ciudadanos (tabla 5), 27% de colectivos independientes y 23% de patronatos o fundaciones (tabla 6).¹²

Las regalías generadas por derechos de autor, una fuente adicional de ingresos para el sector escénico, tuvo una caída del 25.4% en ALC con respecto al año anterior, con una recaudación en 2020 de apenas 388 millones de dólares, de los cuales 90% fue aportado por la música. En términos prácticos el sector de la música se contrajo 24.3%, mientras que el repertorio dramático un 82.5% con relación al 2019.¹³

¹¹ CEPAL, *op. cit.*

¹² Aura/SIMO. “Estudio cuantitativo para la serie *Arte, cultura y nuevas tecnologías en América Latina y el Caribe*”. (Ciudad de México: 2021).

¹³ (CISAC). “Informe recaudaciones mundiales 2021 (datos 2020)”. Sumando todos los derechos de autor en la región, Brasil, México y Argentina aportan el 80% de estos ingresos, y en 2020 generaron 150, 101 y 95 millones de dólares respectivamente.

Tabla 3. Nivel de solidaridad gremial a raíz de la pandemia

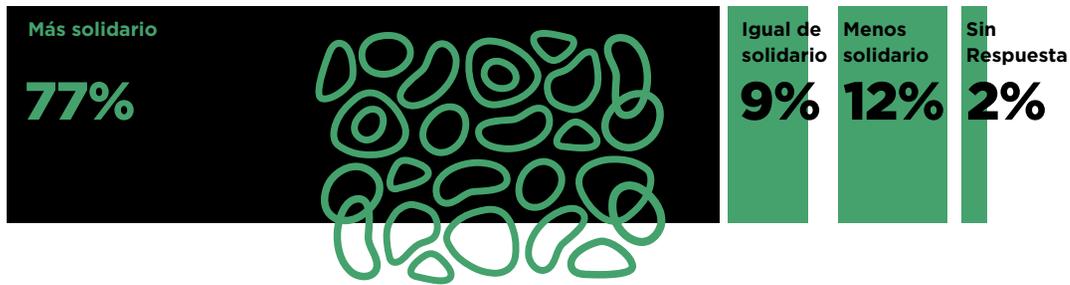


Tabla 4. ¿Su organización ha ayudado a otras durante la pandemia?



Tabla 5. Origen de los apoyos recibidos por el sector de la música y las artes escénicas en ALC

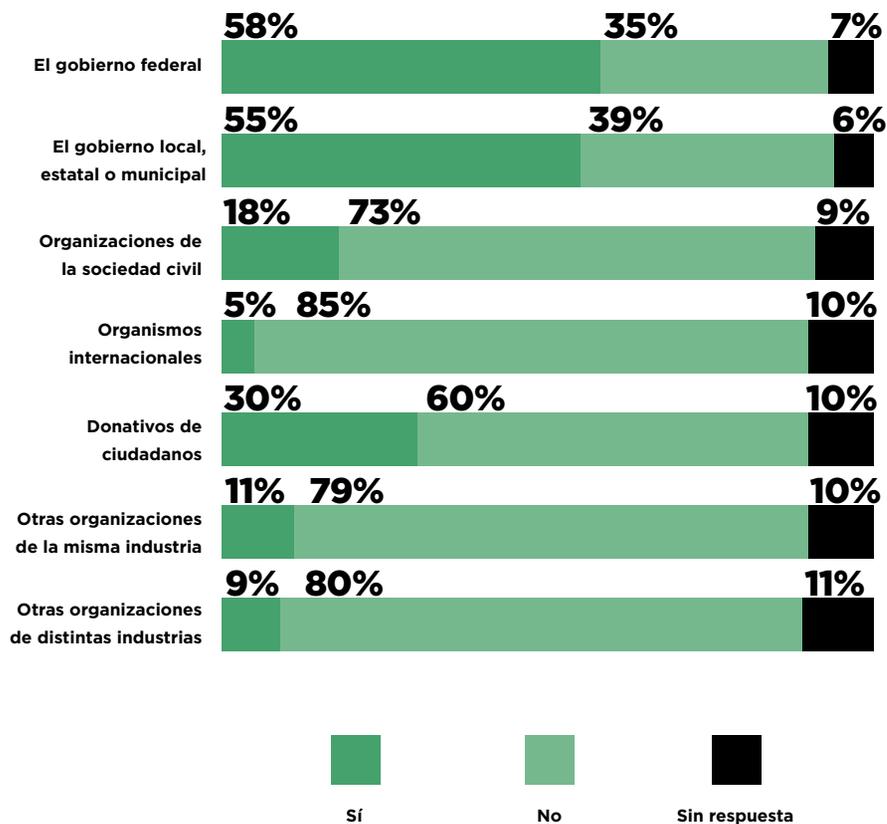


Tabla 6. **Redes de apoyo para el sector de la música y las artes escénicas en ALC**



El cierre de espacios escénicos afectó a comercios indirectamente relacionados con la industria, como empresas dedicadas a la renta de mobiliario y equipo de audio, video o iluminación, transporte y logística, cáterin, vestuaristas, escenógrafos, entre otros, quienes también dejaron de percibir ingresos. Aunque no hay datos específicos que ilustren este impacto en la región, en el caso de la ciudad de Nueva York, ésta dejó de percibir 14.700 millones de dólares anuales por el cierre de los espectáculos en Broadway, los cuales generan 10.000 puestos de trabajo directos y 97.000 empleos indirectos.¹⁴

En ALC los apoyos del sector público para los profesionales de la escena fueron diversos. El 86.8% de las políticas de respuesta a la crisis se enfocaron en apoyar la creación, producción y difusión, 7.8% a la promoción del consumo y 5.5% a medidas de reactivación del sector y políticas transversales. En cuanto a apoyos directos, 45% de las medidas implementadas realizaron transferencias de recursos mediante becas, concursos, llamados y premios. El 7% se destinó a la promoción de contenidos nacionales, lo que se tradujo en la creación de plataformas digitales para exhibir y difundir creaciones artísticas y culturales.¹⁵ Algunos ejemplos son: Compartir Cultura,¹⁶ de Argentina; Cultura en Casa,¹⁷ en

¹⁴ Michael Paulson, Elizabeth A. Harris y Graham Bowley, “One Lost Weekend”, *The New York Times*, publicado el 23 de septiembre de 2020, <https://www.nytimes.com/interactive/2020/09/24/arts/new-york-fall-arts-economy.html>.

¹⁵ Matías Triguboff *et al.*, *op. cit.*

¹⁶ Ministerio de Cultura Argentina, “Compartir cultura”, <https://compartir.cultura.gob.ar/>.

¹⁷ Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay, “Cultura en casa”, <https://culturaencasa.uy/>.

Uruguay; Aquí Cultura,¹⁸ en Costa Rica; o Contigo en la Distancia,¹⁹ en México. Sectorialmente, las artes escénicas concentraron el 56% de las medidas específicas durante la pandemia.²⁰

Entre las medidas de apoyo implementadas desde los gobiernos, destacan los bonos de emergencia destinados a la industria escénica que se diseñaron en Argentina y Brasil. En el primero realizaron transferencias a sus creadores, gracias a la existencia de directorios o registros nacionales de profesionales escénicos, como fue el caso del Instituto Nacional de la Música (INAMU).²¹ En Brasil, gracias a la organización de la comunidad artística,²² se aprobó la Ley Aldir Blanc (nombrada así en honor al compositor carioca que murió a causa de la COVID-19), la que destinó 700.000 dólares para repartir un ingreso de emergencia de 120 dólares por persona.²³ El Banco de Desarrollo del Caribe (CDB por sus siglas en inglés) lanzó un fondo de 100.000 dólares para apoyar a los subsectores de la música, tanto festivales y carnavales como iniciativas artísticas y culturales que incentivaran la generación de ingresos y priorizaran el uso de herramientas digitales.²⁴

Algunos gobiernos nacionales brindaron apoyos crediticios para los trabajadores del sector cultural en general, como Argentina y Ecuador. En el primero, se otorgaron 7 millones de dólares mediante créditos a tasa cero para pymes.²⁵ En Ecuador, el Banco Central implementó una línea de crédito especial para proyectos artísticos y culturales, así como

18 Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica, “Aquí cultura”, <https://aquicultura.go.cr/>.

19 Secretaría de Cultura del Gobierno de México, “Contigo en la Distancia”, <https://contigoenladistancia.cultura.gob.mx/>.

20 Matías Triguboff *et al.*, *op. cit.*

21 Instituto Nacional de la Música, página oficial, <https://inamu.musica.ar/>.

22 Nestor García Canclini, “Debate 22: políticas culturales México Brasil”, filmado el 8 de febrero de 2022 en Ciudad de México, México. Video, 7:46. <https://youtu.be/spOzgHEjpmk?t=466>.

23 “Aprovada ‘Lei Aldir Blanc’, que destina R\$ 3,6 bilhões da União a trabalhadores da Cultura de todo o país”, *Revista Forum*, publicado el 26 de mayo de 2020, <https://revistaforum.com.br/cultura/aprovada-lei-aldir-blanc-que-destina-r-36-bilhoes-da-uniao-a-trabalhadores-da-cultura-de-todo-o-pais/#>.

24 Michelle Nurse, “CDB allocates US\$100,000 for COVID-19 Emergency Relief Grants for Cultural, Creative Industries”, *Caricom Today*, publicado el 25 de abril de 2020, <https://today.caricom.org/2020/04/20/cdb-allocates-us100000-for-covid-19-emergency-relief-grants-for-cultural-creative-industries/>.

25 Ministerio de Cultura de la Argentina, “Medidas para el sector de la cultura ante el COVID-19”, publicado el 15 de abril de 2020, <https://www.cultura.gob.ar/medidas-en-el-sector-cultural-ante-el-covid-19-8932/>.

préstamos bancarios a través del producto Impulso Cultura, cuyas condiciones fueron diseñadas específicamente para los profesionales de las industrias creativas.²⁶

Aparte de los subsidios, la búsqueda de financiamiento se encontró con varios obstáculos. Los patrocinios, una fuente clave para el sector, fueron reestructurados con la pandemia y muchas empresas dejaron de patrocinar las artes para enfocarse en otras áreas de atención, como la salud o la alimentación.²⁷ La banca privada en la región aún tiene un gran camino por recorrer, pues en la actualidad carece de servicios financieros diseñados para emprendimientos culturales o para los sectores creativos como los profesionales de las artes escénicas. Los créditos están diseñados para otro tipo de empresas y no se adaptan a las realidades de los proyectos creativos.²⁸

En algunos países las artes escénicas pueden acceder a financiamiento privado gracias a leyes de mecenazgo que implican exenciones tributarias para las empresas que contribuyan a sus proyectos. Ésta es todavía un área incipiente, con leyes relativamente nuevas y con una cultura de mecenazgo con escasa penetración y desarrollo limitado. Países como Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay cuentan con dichas leyes o mecanismos que permiten, tanto a individuos como empresas, destinar parte de sus recursos al financiamiento de iniciativas culturales, a cambio de exención tributaria. En el caso de Argentina, la ley de mecenazgo sólo aplica a la capital del país, Buenos Aires (ver tabla 7).

En la región, los estímulos a la innovación y adopción tecnológica provienen generalmente de ministerios como economía, comercio exterior o de trabajo, no de cultura. Un ejemplo es la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO),²⁹ una agencia del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, cuyos fondos han sido clave para el desarrollo de emprendimientos creativos en el país. En el caso de la música, CORFO ha financiado proyectos como Bizarro Lab,³⁰ un programa de aceleración

²⁶ BanEcuador, página oficial, <https://www.banecuador.fin.ec/productos-ciudadanos/credito-micro/productos-microempresas/credito-impulsocultura/>.

²⁷ KEA European Affairs, “The impact of the COVID19 pandemic on the Cultural and Creative Sector”, publicado en noviembre de 2020, https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.

²⁸ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), “Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors”, publicado el 7 de septiembre de 2020, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/>.

²⁹ Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), página oficial, <https://www.corfo.cl/>.

³⁰ Bizarro Lab, página oficial, <https://www.bizarrolab.cl/>.

Tabla 7. **Ejemplos de leyes de mecenazgo e incentivos fiscales en América Latina**

Programa	Territorio	Año	Descripción
Ley de mecenazgo (Ley Santilli) ⁱ	Buenos Aires, Argentina	2006	Las personas pueden solicitar hasta 8.000 dólares y las empresas hasta 120.000 dólares por proyecto. Los beneficios que otorga la ley son la deducción del 100% de la donación en impuestos sobre la renta para individuos, mientras que para las empresas el descuento fiscal varía entre el 50 y 80%. Es una ley federal del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, por lo que no aplica a nivel nacional.
Ley Rouanet	Brasil	1991	Regula las deducciones tributarias de las empresas a emprendimientos artísticos y culturales y otorga hasta el 6% de deducciones fiscales para ciudadanos y 4% para empresas que apoyen iniciativas culturales.
Ley de Donaciones Culturales ⁱⁱ	Chile	1990	Permite a los contribuyentes que transfieren recursos a iniciativas artísticas o culturales deducir hasta el 50% de ese monto en el pago de impuestos, y el otro 50% restante justificarlos como gasto necesario para producir la renta.
Corporación Colombia Crea Talento (COCREA) ⁱⁱⁱ	Colombia	2020	Otorga un beneficio tributario del 165% del impuesto sobre la renta a iniciativas privadas que aporten al desarrollo de proyectos de las industrias creativas y culturales, en ámbitos de formación, creación, producción, distribución y circulación.
Estímulos Fiscales a las Artes (EFIARTES) ^{iv}	México	2017	Apoyos que permiten a las empresas aportar hasta 100.000 dólares para el desarrollo de un proyecto escénico, a cambio de una disminución equivalente en el monto del pago de impuestos sobre la renta. Entre sus convocatorias se encuentran: creación y producción de teatro (EFITEATRO), danza (EFIDANZA) y música (EFIMUSICA).
Fondo de Incentivo Cultural ^v	Uruguay	2009	Está integrado por los aportes de contribuyentes físicos (individuos) o jurídicos (empresas) interesados en financiar proyectos de arte y cultura. La normativa estipula que el donante podrá deducir hasta el 75% del total de su donación en pago de impuestos sobre la renta y el 25% lo podrá registrar como gastos de la empresa.

ⁱ Ciudad de Buenos Aires, “Los Contribuyentes pueden ser mecenas de la cultura”, consultado el 11 de febrero de 2022, <https://www.buenosaires.gob.ar/cultura/mecenazgo/informacion-para-contribuyentes>.

ⁱⁱ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, “Ley de Donaciones Culturales (Ley Valdés)”, consultado el 11 de febrero de 2022, <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/08/rc-presentacion-donaciones-culturales-2-oscar-aguero.pdf>.

ⁱⁱⁱ COCREA, página oficial, <https://cocrea.com.co/>.

^{iv} El Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción Teatral Nacional; en la Edición y Publicación de Obras Literarias Nacionales; de Artes Visuales; Danza; Música en los Campos específicos de Dirección de Orquesta, Ejecución Instrumental y Vocal de la Música de Concierto y Jazz, (EFIARTES), <https://www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx/es/efiscales/efiartes>.

^v Decreto reglamentario al sistema de incentivo a las actividades artístico culturales (mecenazgo) de octubre de 2007, consultado el 11 de febrero de 2022, https://www.mnhn.gub.uy/innovaportal/file/913/1/decreto_reglamentario_incentivo_cultural.pdf.

focalizado en la industria de la música; la Music Tech Association Chile (MUSTACH),³¹ un gremio que reúne a las empresas chilenas de base tecnológica que desarrollan y proveen productos y servicios innovadores para la industria musical; y el Observatorio Digital de la Música Chilena (ODMC),³² la primera iniciativa en su tipo en la región, con la que el país aspira a crear un informe del impacto económico de la música similar al que existe en Reino Unido con el reporte Music By Numbers.³³

La brecha de datos y la informalidad del sector

La pandemia evidenció la informalidad y precariedad laboral de las industrias escénicas y las altas tasas de informalidad, caracterizada por empleos eventuales, dinámicos y temporales.³⁴ Es frecuente trabajar sin contratos, con salarios ajustados, por lo que los profesionales de estos sectores suelen complementar sus ingresos con otras fuentes de empleo.³⁵ Tras el freno de la actividad económica, la misma informalidad dejó al sector desprotegido, sin acceso a apoyos económicos, salud o seguros de desempleo, una realidad que se repite en la mayoría de los países de la región.

La escasez de datos para el sector hace difícil evidenciar su impacto. Aunque la región ha logrado un avance significativo en la incorporación de Cuentas Satélite de Cultura, en 2021 sólo seis países publicaron estadísticas del sector cultural (Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador y México). Incluso, la información disponible en estos ejercicios varía (ver tabla 8),³⁶ ya que los catálogos de información o las definiciones de las propias actividades culturales difieren entre los países. A esto se añade que los métodos de medición actuales aún no integran métricas de las transacciones digitales, lo que impide visibilizar su intercambio y

³¹ Mustach, página oficial, <http://www.mustach.cl/>.

³² Observatorio Digital de la Música Chilena, página oficial, <https://www.odmc.cl/#/>.

³³ UK Music, “Music by Numbers 2020”, <https://www.ukmusic.org/research-reports/music-by-numbers-2020/>.

³⁴ OCDE, “Culture shock”.

³⁵ Ana Carla Fonseca *et al.*, “La pandemia pone a prueba a la economía creativa: Ideas y recomendaciones de una red de expertos”, Banco Interamericano de Desarrollo, consultado el 20 de enero de 2021, <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-pandemia-pone-a-prueba-a-la-economia-creativa-Ideas-y-recomendaciones-de-una-red-de-expertos.pdf>.

³⁶ Diana Cifuentes Gómez, “Los retos en la medición del empleo cultural en América Latina”, *Observatorio de Cultura y Economía*, consultado el 30 de marzo de 2021, https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/empleo_cultural-1.pdf.

generación de valor.³⁷ Además, el empleo artístico y cultural suele estar subestimado en las estadísticas oficiales por diferentes motivos, entre ellos la dificultad de determinar qué actividades son propias del sector, el hecho de que la mayoría de los empleos artísticos no constituyen la principal fuente de ingreso de los profesionales de las industrias creativas, o que los trabajos creativos se consideran informales.³⁸

Tabla 8. **Disponibilidad de información de estadísticas culturales por país (elaboración propia)**

	Comercio Exterior ¹				Cuentas satélite de cultura				Infraestructura cultural / atlas
	Importaciones		Exportaciones		Producción / Consumo / Valor agregado		Otros datos relevantes (no exhaustivo)		
	Bienes	Servicios	Bienes	Servicios	Valor agregado sectorial	Por áreas generales	# empleos	Asistencia a eventos	
Argentina	•	•	•	•	•	•	•	N.A.	•
Bolivia	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Brasil	•	•	•	•	•	•	•	N.A.	N.A.
Chile	•	•	•	•	N.A.	N.A.	•	•	•
Colombia	•	•	•	•	•	•	•	N.A.	N.A.
Costa Rica	•	•	•	•	•	•	•	N.A.	•
Ecuador	•	•	•	•	•	•	•	N.A.	•
El Salvador	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Guatemala	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	•
Honduras	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
México	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Nicaragua	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Panamá	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Paraguay	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Perú	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	•
Rep. Dominicana	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Uruguay	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Venezuela	•	•	•	•	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.

¹ COMTRADE

Un ejemplo concreto de las consecuencias de la informalidad del sector se dio en México cuando la iniciativa independiente Música México

³⁷ Ernesto Piedras, “Economía creativa para un desarrollo sustentable”, *Hermosillo Dialoga*, filmado el 13 de mayo de 2021, <https://hermosilodialoga.com/economia-creativa-para-un-desarrollo-sustentable/>.

³⁸ OCDE, *op. cit.*

Covid-19,³⁹ liderada por la Universidad de Guadalajara, en colaboración con la Asociación Mexicana de Productores Fonográficos (AMPROFON) y la agencia Música Relatable, tuvo dificultades para distribuir 500.000 dólares recaudados en la primera ronda de donaciones destinadas a músicos y técnicos del país. Al cierre del año 2021, los apoyos no habían terminado de ser repartidos porque los beneficiarios no cuentan con requisitos básicos, como estar inscritos para pagar impuestos ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o tener una cuenta bancaria a su nombre.⁴⁰

Ante el desconcierto, floreció la colaboración

Las tecnologías de la comunicación y la información (TICs) contribuyeron a generar redes de trabajo que florecieron en múltiples plataformas, y que fueron aprovechadas para compartir experiencias, reflexionar e innovar en la forma de realizar sus actividades y cumplir con sus objetivos. Como nunca antes, el mundo de la cultura y las artes se integró en una interacción a nivel global, que permitió una reflexión colectiva sobre el presente y futuro de la música y las artes escénicas reivindicando su rol en la sociedad. Para María Claudia Parias, presidenta ejecutiva de la Fundación Nacional Batuta⁴¹ en Colombia, estas tecnologías ayudaron a “generar vínculos afectivos de apoyo, de validación sectorial del trabajo colaborativo, porque existe una necesidad de reconocer a las industrias creativas como un sector esencial en la vida de la humanidad”.⁴²

La organización colectiva se convirtió en una herramienta de cabildeo, logrando cambios fundamentales en nuevas normativas o en la negociación de fondos de asistencia. Flavia Furtado, directora del Festival Amazonas de Ópera⁴³ en Manaus, narró cómo por primera vez las casas de ópera brasileñas se reunieron a través de grupos de WhatsApp y

39 Música México Covid-19, página oficial, <https://musicamexicocovid19.com/>.

40 Ana Rodríguez (socia de la agencia Música Relatable), en entrevista con Pablo Solís Vega, febrero de 2021.

41 La Fundación Nacional Batuta fue creada en 1991 por iniciativa del Gobierno Nacional en alianza con la empresa privada y es la cabeza del Sistema Nacional de Orquestas Sinfónicas Juveniles e Infantiles de Colombia. <https://www.fundacionbatuta.org/>.

42 María Claudia Parias (presidenta ejecutiva de la Fundación Nacional Batuta), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

43 El Festival Amazonas de Ópera es una celebración anual que se organiza en el Teatro de Manaus, en Brasil, y que suele suceder entre los meses de marzo y mayo. Es uno de los principales eventos de ópera en el país y uno de los más longevos en el continente. <https://fao.teatroamazonas.com.br/>.

llamadas por Zoom, para compartir buenas prácticas y pensar en soluciones conjuntas. Desde allí organizaron un frente común para dialogar con las autoridades y promover el diseño de iniciativas que ayudaran a la situación de emergencia del sector. En total, lograron reunir a 1.500 profesionales de más de 200 instituciones culturales del país, permitiéndoles unificar un discurso frente a las autoridades públicas.⁴⁴ En Panamá, el gremio escénico se organizó y cabildeó con las autoridades gubernamentales la modificación de una ley de cultura que no hacía referencia a las artes escénicas, y logró incluir la mayoría de las peticiones redactadas y consensuadas por el gremio.⁴⁵

El Teatro Colón de Buenos Aires⁴⁶ se integró al Foro de Artes Escénicas de Pekín (Beijing Forum for Performing Arts),⁴⁷ una red de centros operísticos que conecta a más de cuarenta instituciones alrededor del mundo y que reflexiona acerca del futuro de esta disciplina.⁴⁸ En Chile, distintos gremios de profesionales de la música —desde intérpretes y técnicos hasta gerentes y productores— crearon la Red de Asociaciones Musicales de Chile (RAM) que, si bien no existe formalmente como organización, ha permitido llegar a acuerdos entre diversos actores de la industria musical, empujar una agenda de reactivación y presionar a las autoridades para contar con fondos de emergencia y la publicación de protocolos de salud para el regreso a las actividades presenciales.⁴⁹

44 Flavia Furtado (directora ejecutiva del Festival Amazonas de Ópera), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

45 Analida Galindo y Marlyn Attie de Mizrachi (codirectoras de la Fundación Espacio Creativo), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

46 El Teatro Colón de Buenos Aires es una de las salas de ópera más importantes del mundo que, además de ser un espacio escénico, cuenta con agrupaciones propias —orquesta, ballet y coro— y sus propios talleres de producción. <https://teatrocolon.org.ar/es>.

47 Beijing Forum for Performing Arts, página oficial, <http://bfpa.chncpa.org/eng/gylm/>.

48 María Victoria Alcaraz (directora general del Teatro Colón de Buenos Aires), en entrevista con Pablo Solís Vega, mayo de 2021.

49 Félix Barros (CEO de Evento Medido), en entrevista con Pablo Solís Vega, mayo de 2021.

Cuadro 1. **La solidaridad de la música y las artes escénicas ante la crisis sanitaria**

Además de compartir programación gratuita para acompañar los periodos de confinamiento, algunas instituciones culturales ofrecieron sus espacios y personal técnico y creativo para apoyar la labor de los profesionales de la salud. En Argentina, el Teatro Colón de Buenos Aires convirtió el área de producción escenográfica en un taller de confección de mascarillas que puso a disposición de la población. También prestó sus instalaciones para realizar pruebas de contagio y ofrecieron a parte de su personal para apoyar los trabajos de un hotel que recibió a ciudadanos que tenían necesidad de aislarse.⁵⁰ En Chile, la empresa Bizarro Live Entertainment y Movistar Arena ocuparon a sus equipos de producción de alimentos para la generación y distribución de cajas con víveres, que fueron repartidas en poblaciones marginadas. Además, por su experiencia en el manejo de masas, han sido sede de vacunación para la población en la capital del país.⁵¹ En Ecuador, la Biblioteca Nacional Eugenio Espejo, en Quito, prestó una de sus naves para recibir e instalar una fábrica para la generación de un prototipo de respirador de emergencia.⁵² En México, equipos de producción teatral construyeron mamparas que ayudaron a separar a los enfermos en los hospitales que se improvisaban para ampliar la capacidad hospitalaria y así poder atender a mayor número de población contagiada. En Brasil, el Servicio Social do Comércio⁵³ de São Paulo amplió la recaudación y donación de alimentos. También inició con la distribución de productos de higiene y contrató asociaciones y cooperativas comunitarias para la producción de mascarillas de tela, que distribuyeron en hospitales públicos. Sus instalaciones también fueron utilizadas para la fabricación de protectores faciales en los Espacios de Tecnologías y Artes de la institución.⁵⁴

50 Alcaraz, entrevista.

51 Ricardo Lira (director ejecutivo de CRT+IC. Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas), en entrevista con Pablo Solís Vega, mayo de 2021.

52 Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador, “Nueve respiradores reparados fueron entregados al Hospital de la Policía Nacional, gracias al trabajo de biomedicos voluntarios”, Gobierno de Ecuador, publicado el 23 de mayo de 2020, <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/nueve-respiradores-reparados-fueron-entregados-al-hospital-de-la-policia-nacional-gracias-al-trabajo-de-biomedicos-voluntarios/>.

53 El Servicio Social do Comércio (SESC) fue fundado en 1946. Es una institución privada brasileña sin fines de lucro, financiada por el sector empresarial, con presencia en todo Brasil. Tiene como función aportar al bienestar de la comunidad en general, actuando en áreas de educación, salud, ocio, cultura y atención médica. Es la institución líder en Brasil en el financiamiento de las artes. <https://www.sesc.com.br/>.

54 Aurea Vieira (gerenta de relaciones internacionales del Servicio Social do Comércio de São Paulo), en entrevista con Pablo Solís Vega, febrero de 2021.

2. Reimaginando la música y las artes escénicas: entre lo presencial y lo digital

La pandemia provocó una aceleración y funcionó como catalizador para que cuestiones vinculadas al *streaming*, que estaban siendo postergadas, se incorporaran más rápido de lo que teníamos previsto.

—**Andy Ovsejevich**, director ejecutivo de Ciudad Cultural Konex



La exploración de avances tecnológicos ha sido una constante en la historia de la música y las artes escénicas, por las posibilidades que ofrecen para encontrar nuevas formas de expresión así como de enriquecer las experiencias estéticas y las sensaciones de la audiencia. Desde antes de la pandemia se habían integrado innovaciones tecnológicas que enriquecían la experiencia presencial, haciendo cada vez más imperceptible la barrera entre la imaginación y la realidad, como el uso de sintetizadores neuronales,⁵⁵ *wearables* con sensores para transformar movimientos corporales en efectos sonoros y de iluminación,⁵⁶ la tecnología Kinect cuyas proyecciones visuales reaccionan a movimientos corporales,⁵⁷ danzas estereoscópicas,⁵⁸ *mapping* en 3D,⁵⁹ uso de drones⁶⁰ o robots,⁶¹ videos en 360 grados,⁶² realidades virtuales⁶³ y aumentadas,⁶⁴ o incluso la incorporación de hologramas para “revivir” personajes ya fallecidos en presentaciones en vivo.⁶⁵ La pandemia aceleró el proceso de adopción tecnológica para atender a las audiencias desde la digitalidad.⁶⁶ Fue un

- 55 Pepe Zapata, “Transformación de las Artes Escénicas en la Era Digital”, *Anuario AC/E de Cultura Digital* (2016): 54-72, consultado el 25 de marzo de 2021, https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2016/Publi/anuario2016/4_transformacionArtesescenicass.pdf.
- 56 Imogen Heap, “The Mi.Mu Musical Glove - Kickstarter”, 23 de marzo de 2014, <https://youtu.be/vJWzxMVDq8I>.
- 57 Frieder Weiss, “Mortal Engine by Chunky Move”, <https://youtu.be/sbjOMualLVs>.
- 58 Klaus Obermaier, “Le Sacre du Printemps - Klaus Obermaier & Ars Electronica Futurelab”, 20 de marzo de 2012, <https://www.youtube.com/watch?v=DhPtrp-SIHXU>.
- 59 RWC - Real-World Connection Pte Ltd, “3D Architectural Mapping Projection Yt Symphony Orchestra 2011”, 19 de junio de 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=7eF9W3gcDWw&feature=youtu.be>.
- 60 Daito Manabe, “ELEVENPLAY x RZM “24 drones”, 15 de septiembre de 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=cYWvKudIIJ8>.
- 61 Huang Yi, “HUANG YI & KUKA - A duet of Human and Robot”, 23 de octubre de 2013, <https://vimeo.com/77566365>.
- 62 Wall Street Journal, “Backstage with an Elite Ballerina (360 Video)”, 26 de noviembre de 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=FQZAlg5KfvQ>.
- 63 Welsh National Opera, “Rhagflas MAGIC BUTTERFLY Trailer”, 11 de julio de 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=cBW8KVRhZEs&t=43s>.
- 64 stYpe, “BTS ‘Love Yourself’ World Tour - Augmented Reality stage”, 28 de mayo de 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=V9Qb1OclI80>.
- 65 Michael Jackson, “Michael Jackson - Slave To The Rhythm”, 14 de mayo de 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=jDRTghGZ7XU>.
- 66 Aura/SIMO, *op. cit.*

motor de transformación que llevó a la industria a adaptar sus contenidos e infraestructura, propiciando el descubrimiento de una nueva línea de servicios y de experiencias.

La transformación digital del sector musical y escénico

Antes de la pandemia, 7 de cada 10 organizaciones escénicas consideraban disponer de un buen desarrollo tecnológico (tabla 9) y 54% calificaban sus infraestructuras tecnológicas como óptimas o suficientes (tabla 10). Las herramientas más usadas eran las redes sociales (90%), WhatsApp (63%) y sitios web (54%), mientras que las teleconferencias ya eran implementadas por el 32% de los entrevistados (tabla 11). Cerca de la mitad del sector (49%) contaba con planes de desarrollo e innovación tecnológica (tabla 12), siendo los sitios web (30%) y las transmisiones en línea (21%) las principales innovaciones que se planeaban incorporar.⁶⁷ 7 de cada 10 organizaciones admitieron la necesidad de desarrollar herramientas tecnológicas adicionales (tabla 13) y el 80% reconoció que éstas ayudaron al funcionamiento de sus actividades durante la pandemia (tabla 14). Entre las actividades que cobraron relevancia durante la crisis destaca el incremento en la creación de catálogos digitales (8 a 30%), el aumento de las transmisiones en línea (28 a 60%), de teleconferencias (32 a 52%), de la venta de boletos en línea (8 a 18%), uso de aplicaciones móviles (10 a 15%), códigos QR (18 a 23%), realidad virtual (8 a 12%) y la creación de *podcasts* (10 a 12%) (tabla 15). 55% de los entrevistados afirmó que el desarrollo de nuevos contenidos multimedia fue consecuencia de la crisis sanitaria (tabla 16).⁶⁸ Mientras que en 2019 sólo 1 de cada 4 iniciativas dedicadas a realizar actividades artísticas, culturales o de entretenimiento ofrecían sus actividades de forma digital, con la pandemia esa proporción pasó a más del 50%, lo que indica que los sectores tradicionales de la economía creativa fue donde se produjo una mayor innovación tecnológica.⁶⁹

Tabla 9. Nivel de desarrollo tecnológico previo a la pandemia



⁶⁷ *Idem.*

⁶⁸ *Idem.*

⁶⁹ Matías Triguboff *et al.*, *op. cit.*

Tabla 10. **Percepción del nivel de suficiencia tecnológica antes de la pandemia**

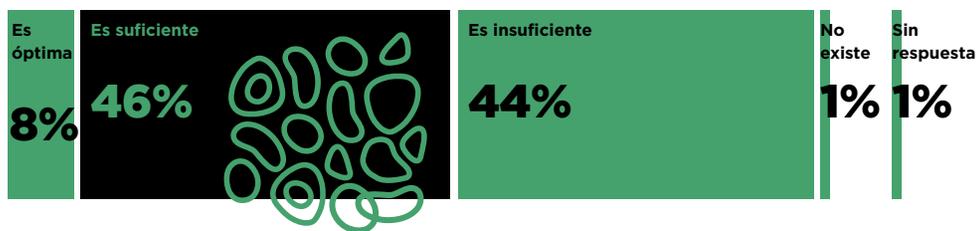


Tabla 11. **Herramientas digitales utilizadas antes de la pandemia**

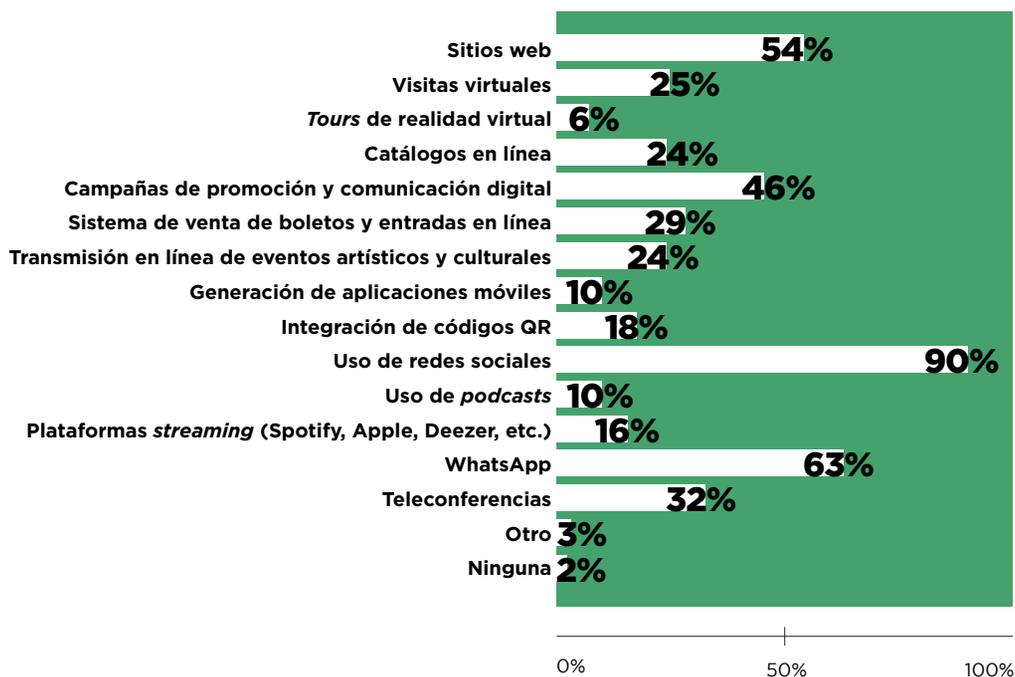


Tabla 12. **Planes para la incorporación de nuevas tecnologías antes de la pandemia**

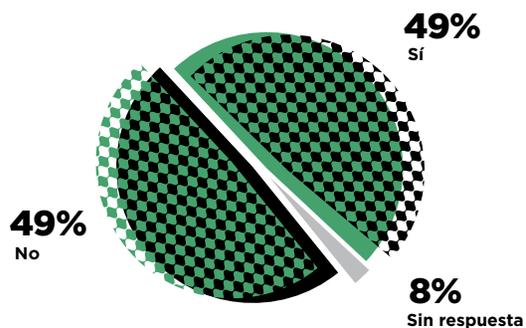


Tabla 13. **Planes para la incorporación de nuevas tecnologías después del inicio de la pandemia**

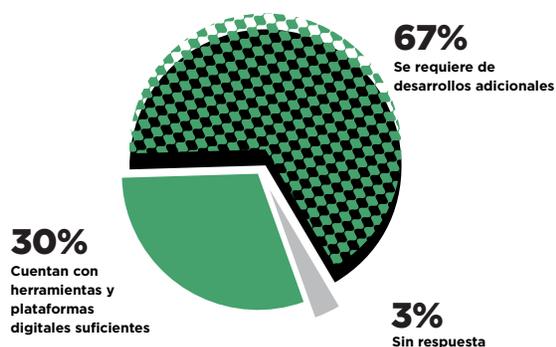


Tabla 14. **Percepción sobre el grado de ayuda de las herramientas digitales en las actividades de las artes escénicas en ALC**

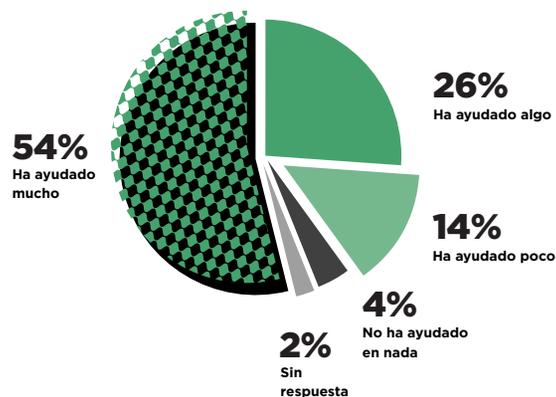


Tabla 15. **Variaciones en el uso de herramientas digitales seleccionadas**

Herramientas digitales	Antes de la pandemia	Después de la pandemia
Creación de catálogos digitales	8%	30%
Uso de transmisiones en línea	28%	60%
Uso de teleconferencias	32%	52%
Venta de boletos en línea	8%	18%
Uso de aplicaciones móviles	10%	15%
Códigos QR	18%	23%
Realidad virtual	8%	12%
Podcasts	10%	12%

Tabla 16. **Desarrollo de contenido multimedia a raíz de la pandemia**



El desarrollo de plataformas de contenidos digitales y la multiplicación de las audiencias

Para algunas instituciones relacionadas con la música y las artes escénicas, el uso de transmisiones en línea no fue novedad, ya que habían desarrollado experiencias con páginas web que funcionaban como plataformas de archivo y herramientas de socialización y formación de nuevas audiencias. En el Teatro Colón de Buenos Aires iniciaron con el proceso sistemático de registro y transmisión vía *streaming* desde 2015, entrando al contexto de pandemia con suficiente experiencia en distribución de contenido digital, lo que les permitió tener un banco de videos grabados y armar una programación que todavía está colgada, para la cual ya tenían los permisos de los artistas para que pudieran ser vistos de forma gratuita.⁷⁰

En el caso del Servicio Social do Comércio de São Paulo (SESC SP), el lanzamiento de la plataforma SESC Digital se aceleró a raíz de la pandemia, aunque contaban con una plataforma de contenidos digitales desde el 2014. Además de material de archivo, la organización transmitió diariamente actividades en vivo para realizar prácticas deportivas, musicales, teatrales, dancísticas o circenses a través del programa #EmCasaComSesc. En mayo de 2020 lanzaron una programación que presentó un debate diario, y semanalmente cuatro espectáculos de música, tres performances de teatro y dos intervenciones de danza. Todas las transmisiones fueron gratuitas y su registro aún está disponible en el canal de YouTube de la institución.⁷¹

En Chile, la Fundación Internacional Teatro a Mil⁷² ya contaba con una plataforma web⁷³ que servía como repositorio digital con la memoria de los videos de la programación de festivales pasados. Con la pandemia, ésta se volvió prioritaria, a fin de hacerla amable y ampliarla para que soportara más visitantes y la experiencia fuera óptima. Para mejorarla, tomaron una capacitación para entender el proceso del viaje que hace un espectador a través de una plataforma. En palabras de su directora: “Hoy día es una herramienta que es capaz de conectar, apoyar, promover y difundir el trabajo de las compañías que presentan sus obras; logramos

70 Alcaraz, entrevista.

71 Vieira, entrevista.

72 La Fundación Internacional Teatro a Mil es responsable de organizar el Festival Internacional Santiago a Mil, uno de los encuentros de artes escénicas más importantes de la región, que sucede anualmente durante el mes de enero y presenta actividades tanto de teatro, danza, música, ópera, circo o multidisciplina. <https://www.teatroamil.cl/quienes-somos/conocenos/>.

73 Teatro a Mil, página oficial, <https://www.teatroamil.tv>.

consolidar un canal digital —escenario virtual—, que pasó de tres mil seguidores a ochenta mil en una semana; incluso llegamos a tener picos de quinientos mil, algo inesperado para una fundación que se dedica principalmente a hacer teatro”.⁷⁴

Las organizaciones culturales han hecho uso de las redes sociales más populares para llegar a más audiencias. Facebook, YouTube e Instagram son las más recurridas y la mayoría de los entrevistados mencionó utilizarlas para fortalecer los vínculos con las audiencias, principalmente con las generaciones más jóvenes. Según la encuesta levantada para este estudio, 94% se comunica con sus públicos por medio de redes sociales, 77% por WhatsApp y 56% por correo electrónico, siendo estas formas de comunicación las más populares.⁷⁵

Jorge Codicimo, del Teatro Colón de Buenos Aires, lo ve como una estrategia necesaria para generar los públicos que asistirán al teatro en el futuro. Puntualiza el fenómeno de *long tail* o “cola larga”, que consiste en dejar el contenido colgado en internet y permitir que más gente lo vea a lo largo del tiempo. Como ejemplo señala el caso de la coreografía *El lago de los cisnes*, una producción propia que quedó alojada en YouTube, alcanzando 250.000 reproducciones en junio de 2021, una cifra que requeriría 250 funciones con lleno total para alcanzar un equivalente de espectadores presenciales.⁷⁶

Estas nuevas audiencias también están en otros territorios, por lo que el alcance de las actividades ha podido ampliarse significativamente. En Brasil, los contenidos multimedia del SESC de São Paulo llegaron a 8 millones de visualizaciones de las 2.208 acciones artísticas en línea que presentaron en 2020.⁷⁷ El Festival Internacional de Teatro de Manizales,⁷⁸ en Colombia, no sólo quintuplicó su audiencia, sino que tuvo 32 países visitantes, entre ellos algunos tan lejanos como Ucrania, China o Japón.⁷⁹ La Ciudad Cultural Konex, en Buenos Aires, también reconoce que el

74 Carmen Romero Quero (directora general de la Fundación Internacional Teatro a Mil), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

75 Aura/SIMO, *op. cit.*

76 Jorge Codicimo (coordinador general de Comunicación Institucional del Teatro Colón de Buenos Aires), en entrevista con Pablo Solís Vega, mayo de 2021.

77 Vieira, entrevista.

78 El Festival Internacional de Teatro de Manizales fue fundado en 1968, uno de los encuentros de artes escénicas más antiguos de la región. Sucede anualmente en otoño, entre los meses de septiembre y octubre, en la ciudad de Manizales, Colombia. <https://festivaldemanizales.com/>.

79 Octavio Arbeláez (director del Festival Internacional de Teatro de Manizales), en entrevista con Pablo Solís Vega, febrero de 2021.

alcance de sus programas ha sobrepasado la localidad. Su presidente ejecutivo, Andy Ovsejevich, explicó que, antes de la pandemia, sus actividades estaban limitadas a la población de la ciudad y sus alrededores, con el cambio digital el mercado pasó a ser todo el país: “Ahora tenemos esta posibilidad de alcanzar a esa gente que está en las provincias y que no podía venir a nuestro espacio; ahora sí les estamos tratando de llegar a través de las redes sociales, lo que nos plantea una nueva oportunidad de negocio”.⁸⁰

La Fundación Espacio Creativo,⁸¹ en Panamá, destaca que las nuevas tecnologías han servido para democratizar la cultura y darle acceso a personas que, por diferentes motivos, no podían ir a un teatro o simplemente no lo conocían.⁸² En esta misma línea, Óscar Carnicero compartió la experiencia de gente que ha conocido el teatro a través de las transmisiones digitales de su espacio en la Ciudad de México, La Teatrería, destacando que habitantes del interior de la República les agradecen pues nunca habían tenido la posibilidad de ver una obra.⁸³ Alejandra Serrano, investigadora teatral mexicana, enfatiza: “Algunas de las críticas a las actividades digitales señalan que se excluye a quienes no tienen acceso a internet, lo cual es cierto; sin embargo, el teatro presencial también es excluyente, desde la capacidad del propio teatro hasta la ubicación, la dificultad de trasladarse al foro, sin hablar del costo del boleto; entonces, el resultado de poner de manifiesto las limitaciones tanto del teatro como de la virtualidad me parece positivo”.⁸⁴

La formación de públicos es un trabajo prioritario para la mayoría de las organizaciones culturales. En Manizales, la pandemia permitió ampliar el trabajo de un programa llamado Escuela de Espectadores, en alianza con el argentino Jorge Dubatti, y que en marzo de 2020 contaba con 1.200 personas inscritas.⁸⁵ En palabras de Octavio Arbeláez: “La expe-

⁸⁰ Andy Ovsejevich (director ejecutivo de Ciudad Cultural Konex), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

⁸¹ La Fundación Espacio Creativo (FEC) es un centro de residencia que promueve la creación, presentación, educación y celebración de la danza contemporánea y las artes escénicas ubicado en la ciudad de Panamá, <https://www.fec.org.pa/>.

⁸² Galindo y Attie de Mizrachi, entrevista.

⁸³ Óscar Carnicero (director de La Teatrería), en entrevista con Pablo Solís Vega, febrero de 2021.

⁸⁴ Alejandra Serrano, “Reflexiones pandémicas desde el teatro independiente”, *Investigación Teatral. Revista de Artes Escénicas y Performatividad*, Vol. 11, Núm. 18 (2020), <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2649/4605>.

⁸⁵ Arbeláez, entrevista.

riencia ha sido interesante porque en pandemia nunca hemos bajado de 300-400 espectadores, mientras que en condiciones normales un evento hubiera convocado a 50-60 personas presenciales; ya en el contexto del festival logramos tener 48.000 personas conectadas en 3 días, que no es una cifra precisamente menor”.⁸⁶

Durante las cuarentenas se han observado distintos patrones de comportamiento en las audiencias: 6 de cada 10 entrevistados reconocieron que sus públicos se modificaron a lo largo de la pandemia.⁸⁷ En un inicio la programación digital fue pensada principalmente para audiencias jóvenes, acostumbrados a consumir digitalmente. Poco a poco públicos de mayor edad se fueron conectando, y los contenidos transmitidos se fueron adaptando a los nuevos públicos. En la Fundación Teatro Nacional Sucre,⁸⁸ de Ecuador, el cambio significó un incremento en la venta de entradas para funciones digitales. Según Fabiola Pazmiño: “Tal vez un joven te compra una entrada porque específicamente quiere ver la presentación de tal artista y no necesariamente te vuelve a comprar un boleto, pero las audiencias maduras son muy leales y también más conscientes de la importancia de pagar su acceso”.⁸⁹

Con la evolución de los públicos, durante este periodo se observó que las audiencias en línea fueron disminuyendo. La saturación digital impulsó a la gente a buscar el retorno a lo presencial. Salomé Olarte, gerenta de música en el Instituto Distrital de las Artes de Bogotá, da testimonio de este agotamiento: “Después de tantas horas de trabajo frente a la computadora, la gente ya no quería ver un concierto, sino leer un libro, salir a respirar y ver la naturaleza, por lo que el alcance que pensamos que iba a tener nuestra programación digital no fue el que esperábamos”.⁹⁰ Este cansancio también ha obligado a pensar en nuevos formatos. Obras

⁸⁶ *Idem.*

⁸⁷ Aura/SIMO, *op. cit.*

⁸⁸ La Fundación Teatro Nacional Sucre es un organismo sin fines de lucro constituido por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Empresa de Desarrollo del Centro Histórico de Quito y el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural en Ecuador. Además de administrar varios escenarios (el Teatro Nacional Sucre, el Teatro Variedades Ernesto Albán, el Teatro México, el Centro Cultural Mama Cuchara), cuenta con varios grupos y elencos estables, como la Banda Sinfónica Metropolitana, la Orquesta de Instrumentos Andinos, así como otros ensambles y coros, y se encarga de promover al desarrollo, fomento, promoción y producción de las artes en Quito y Ecuador. <https://www.teatrosucre.com/>.

⁸⁹ Fabiola Pazmiño (coordinadora de producción de la Fundación Teatro Nacional Sucre), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

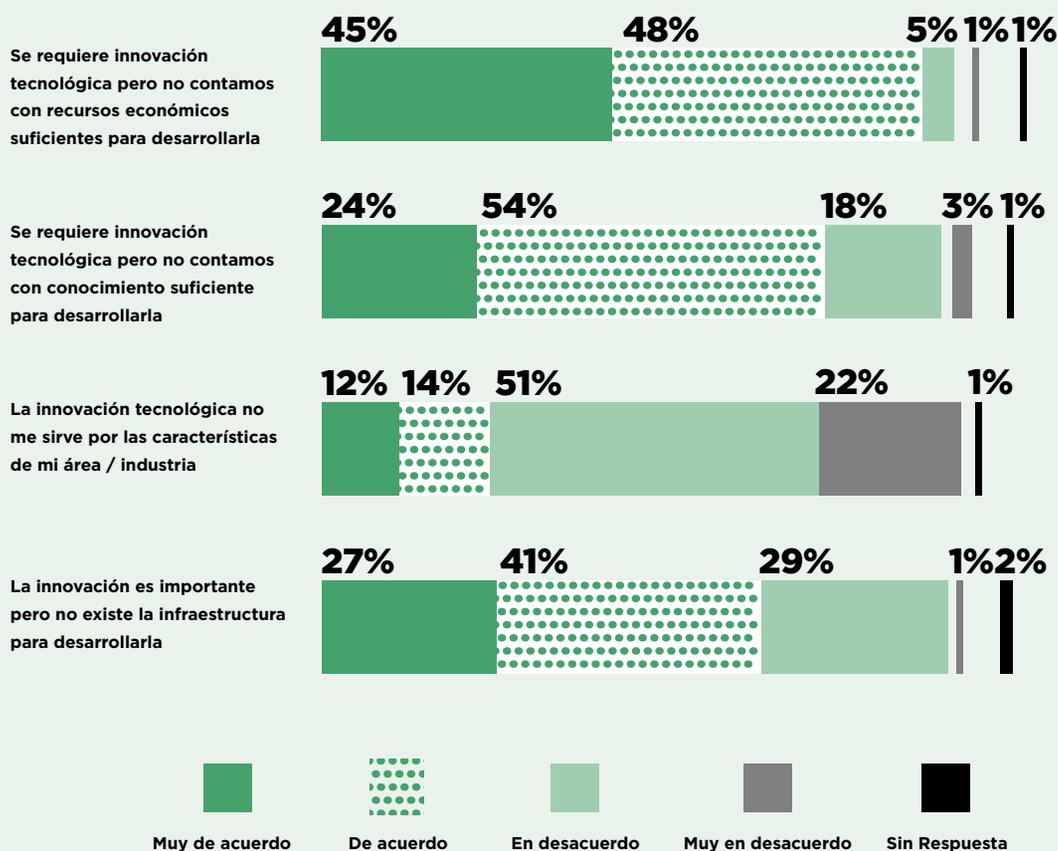
⁹⁰ Salomé Olarte (gerenta de música del Instituto Distrital de las Artes de Bogotá), en entrevista con Pablo Solís Vega, marzo de 2021.

o conciertos que solían durar una hora, se presentan ahora en formatos de cinco a treinta minutos.

Los retos de la adopción tecnológica

La adopción tecnológica no se dio de manera homogénea y los profesionales del sector se enfrentaron a diversos retos relacionados con la brecha digital: 9 de cada 10 señalaron limitaciones por ausencia de recursos económicos, 8 de cada 10 por falta de habilidades tecnológicas y 6 de cada 10 por carencias en la infraestructura tecnológica disponible en sus ciudades (tabla 17).

Tabla 17. Limitaciones a la innovación tecnológica



Durante el confinamiento, las primeras experiencias de transmisión en línea evidenciaron la necesidad de incluir profesionales para transmitir contenidos de calidad y sumar a ingenieros, camarógrafos, iluminadores, editores y postproductores. Otros tuvieron que aprender, adaptar y crear producciones escénicas en formatos digitales para generar experiencias innovadoras en internet. Mientras que algunos en sus casas aprendían a editar, iluminar o autoproducirse, instituciones dedicadas al fomento de

las artes escénicas ofrecieron cursos de capacitación y formación. Éste fue el caso de la Fundación Internacional Teatro a Mil en Chile, que al constatar que las nuevas propuestas carecían de la calidad técnica suficiente para ser transmitidas en plataformas, organizó una serie de talleres dirigidos a creadores del rubro con el fin de mejorar la producción de contenidos digitales.⁹¹

La multiplicación de personas conectadas a internet hizo evidentes las limitaciones de las infraestructuras y las posibilidades reales de conectividad, incluso en las capitales de la región. Un caso elocuente es el de *Despierta Elena*, una obra escrita para Zoom que ocurría en tiempo real en tres casas, en la que el espectador podía ver de manera simultánea qué sucedía en cada escenario, así como elegir entre tres finales diferentes. La pieza tuvo problemas de conectividad durante la transmisión en vivo y no se pudo ejecutar correctamente.⁹²

En materia de infraestructura, ejemplos de mejora sucedieron en teatros con una velocidad nunca antes vista. En la Ciudad de México, el foro La Teatrería cambió de proveedor de internet y realizó una instalación técnica que permitiera al espacio realizar transmisiones en tiempo real en Full HD.⁹³ La Ciudad Cultural Konex, en Buenos Aires, invirtió en adaptar sus espacios y reorganizar sus equipos de trabajo para completar el área digital del complejo, una antigua fábrica de aceites transformada en nueve salas donde se presentan espectáculos en diferentes formatos. Según explica Andy Ovsejevich, su director ejecutivo, adquirieron cámaras y equipos, cambiaron la conectividad y contrataron camarógrafos y directores de cámara. Ahora una de sus salas estará dedicada exclusivamente a generar contenidos digitales y funcionará como un estudio de televisión.⁹⁴

Innovaciones tecnológicas para llegar a las audiencias *offline*

Las alternativas digitales aún no son una opción para un gran porcentaje de la población, pues más de la mitad de los habitantes del planeta no tiene acceso a internet.⁹⁵ Se estima que en ALC la penetración de banda

⁹¹ Romero Quero, entrevista.

⁹² *Idem*.

⁹³ Carnicero, entrevista.

⁹⁴ Ovsejevich, entrevista.

⁹⁵ Banco Mundial, “Personas que usan Internet (% de la población)”, consultado el 10 de mayo de 2021, https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?name_desc=false.

ancha ronda el 30%, con desigualdades notables en la región.⁹⁶ En el Caribe los testimonios de los especialistas entrevistados subrayaron deficiencias en la infraestructura disponible y en el desarrollo de habilidades básicas para el uso de herramientas digitales: el problema de conectividad es un asunto pendiente, que se hizo más evidente con la pandemia.⁹⁷

Frente a esto el mundo de la cultura encontró soluciones innovadoras combinando viejas y nuevas tecnologías. La Fundación Nacional Batuta, de Colombia, que se dedica a la formación musical de la población infantil y juvenil vulnerable y trabaja en un territorio donde el 40% de la población no tiene acceso a internet, durante la pandemia recurrió a la formación por correspondencia, con envíos de más de 30.000 paquetes que incluyeron una memoria USB con un aparato lector y amplificador donde se incluían los componentes sonoros. Asociados con radios locales y comunitarias, Radio Nacional de Colombia, la red RTVC y el ejército, transmitieron veintiséis programas radiales de media hora dos veces a la semana. Para quienes sí contaban con acceso a internet, inauguraron un canal de YouTube en el que los profesores postearon tutoriales y acompañaron a sus alumnos en la distancia. Muchos de los tutores, expuestos por primera vez a la educación en línea, fueron capacitados para adaptar sus enseñanzas a la virtualidad. Así, lograron seguir trabajando en todos los rincones del país. La estrategia fue muy bien recibida y sus actividades generaron mucha solidaridad, porque el apoyo psicosocial que éstas representan no sólo se mantuvo, sino que se reforzó. María Claudia Parias, su presidenta ejecutiva, cuenta cómo en algunos casos las familias que sí tenían internet recibían a diez niños más para tomar juntos la clase; en sus palabras: “Nuestra estrategia de contención, basada en la idea del autocuidado emocional y físico, funcionó muy bien”.⁹⁸

Otras organizaciones en la región también recurrieron a la radio para narrar historias. El Festival Internacional Santiago a Mil, en Chile, desarrolló un proyecto de radioteatros pensado inicialmente para personas de la tercera edad. Finalmente, a través de éste se hizo un enlace entre “los abuelos analógicos y los nietos y nietas digitales de hoy, porque los abuelos les contaban que cuando eran jóvenes habían estado siempre acompañados por el radioteatro, y ahora ellos, la población más digitalizada,

⁹⁶ Antonio García Zaballos y Enrique Iglesias Rodríguez, “Economía digital en América Latina y el Caribe. Situación actual y recomendaciones”, Banco Interamericano de Desarrollo (2017), consultado el 20 de enero de 2021, <https://publications.iadb.org/es/economia-digital-en-america-latina-y-el-caribe-situacion-actual-y-recomendaciones>.

⁹⁷ Rodney Small (coordinador de industrias creativas en el Ministerio de Cultura de San Vicente y las Granadinas), en entrevista con Pablo Solís Vega, abril de 2021.

⁹⁸ Parias, entrevista.

tenía la oportunidad de conocer y acercarse a ese mundo y ayudar a sus abuelos y abuelas a reconectarse con él”.⁹⁹

En el Festival Internacional de Teatro de Manizales, preocupados por la exclusión que supone la falta de conectividad, los organizadores alquilaron “carros-valla”, pequeños camiones con pantallas gigantes que fueron llevados a zonas de la ciudad sin acceso a internet, desde donde se transmitían las emisiones digitales del evento. Según Octavio Arbeláez, su director, “esta estrategia permitió lograr una gran inclusión y que la gente sin conexión pudiera acceder a esta combinación de experiencias”.¹⁰⁰

En Panamá, la Fundación Espacio Creativo ideó soluciones para integrar a los alumnos de danza que no contaban con dispositivos o conexión a internet en sus casas. A través de alianzas estratégicas con empresas de tecnología y proveedores de acceso a internet, consiguieron el donativo de *laptops*, teléfonos inteligentes y tarjetas de prepago con chips y datos ilimitados por un año.¹⁰¹ También diseñaron un currículo que abordaba temas de programación, diseño web, fotografía e iluminación. No obstante, señalaron que “los chicos no tenían las habilidades básicas y fue una gran lección darnos cuenta que hay que ajustar los programas a la realidad de nuestros entornos; no podemos pretender que vamos a hacer realidad virtual si hay cosas muy básicas que se tienen que desarrollar primero”.¹⁰²

Las tecnologías como soluciones a problemas de gestión y mercado

Los avances tecnológicos también están ofreciendo innovaciones en diferentes puntos de la cadena productiva de las industrias escénicas, ayudando a mejorar la eficiencia organizativa de empresas y emprendimientos escénicos. La investigación conjunta entre la UNESCO, el BID, la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) reportó que el sector dedicado a realizar actividades culturales y de entretenimiento, 45% señaló innovar en el desarrollo de nuevos servicios, 22% realizó mejoras en los métodos de producción y suministro de productos y 9% incluyó nuevos *softwares* para el desempeño de sus funciones.¹⁰³ Para estas industrias, se han lanzado al mercado diversas plataformas y aplicaciones que buscan apoyar en la gestión,

⁹⁹ Romero Quero, entrevista.

¹⁰⁰ Arbeláez, entrevista.

¹⁰¹ Galindo y Attie de Mizrachi, entrevista.

¹⁰² *Idem*.

¹⁰³ Matías Triguboff *et al.*, *op. cit.*

administración o monetización de la actividad creativa. Una de ellas es el *software* creado por GigWell,¹⁰⁴ empresa norteamericana surgida en Silicon Valley, mediante el cual el agente artístico tiene acceso a una amplia base de datos de foros y espacios escénicos, así como a herramientas de gestión para organizar contratos, compartir calendarios, enviar *riders* técnicos y crear registros financieros con gastos y egresos. De manera similar, VIP-Booking¹⁰⁵ ofrece servicios para programadores escénicos y agentes artísticos mediante un catálogo de propuestas musicales y espacios para la presentación de espectáculos, donde se pueden revisar métricas de los artistas en redes sociales, acceder a contenido multimedia y realizar contactos profesionales sin la necesidad de intermediarios.

Otra iniciativa que pretende activar el trabajo colaborativo es Critical Switch,¹⁰⁶ una plataforma mexicana que busca conectar emprendimientos creativos y favorecer las colaboraciones, brindándoles a los usuarios un espacio para que formulen propuestas, intercambien comentarios o socialicen iniciativas. También han surgido sitios web que ofrecen servicios para realizar transmisiones en línea de calidad, como Overture Plus, en Inglaterra,¹⁰⁷ además de “tiqueteras” enfocadas a la venta de entradas de forma electrónica, como Boletia en México¹⁰⁸ y Accesshoy en Argentina.¹⁰⁹

En Chile nació Evento Medido,¹¹⁰ una empresa pionera en la medición de impacto de espectáculos en ALC, que mediante un *software* genera información sistematizada de conciertos y festivales al medir datos demográficos, impacto económico directo e indirecto, así como la huella de carbono que producen los eventos masivos.¹¹¹ Ofrece un servicio de inteligencia de negocio que provee indicadores clave para la gestión efectiva de actividades presenciales y en línea, entregando datos para la toma de decisiones, con información que puede ser útil no sólo para los organizadores, sino también para sus marcas e inversionistas.

El sector en ALC ha potenciado sus posibilidades de negocio gracias al surgimiento de mercados o encuentros especializados en las industrias musicales y escénicas. Espacios para el desarrollo de la música como

104 Gigwell, página oficial, <https://www.gigwell.com/>.

105 Vip-booking, página oficial, <https://www.vip-booking.com/>.

106 Critical Switch, página oficial, <https://criticalswitch.com/>.

107 Overture, página oficial, <https://overture.plus/>.

108 Boletia, página oficial, <https://boletia.com/>.

109 Accesshoy, página oficial. <https://www.accesshoy.com/>.

110 Evento Medido, página oficial, <https://www.eventomedido.org/>.

111 Un ejemplo del detalle de información que genera la empresa se puede ver en los siguientes enlaces: <http://bit.ly/dashboard-talca> y <http://bit.ly/dashboard-ozuna>.

Circularart,¹¹² en Medellín, o la Feria Internacional de la música para profesionales (FIMPRO),¹¹³ en Guadalajara; y para las artes escénicas como el Festival Internacional Santiago a Mil, en Chile, o la Ventana Internacional de las Artes (VIA),¹¹⁴ en Bogotá, han ayudado a fortalecer redes de trabajo y a profesionalizar el quehacer creativo de estas industrias en la región. En la pandemia, estos eventos han migrado a la virtualidad, experimentando las posibilidades de vinculación a través de nuevas plataformas digitales. Invertir en el desarrollo de este tipo de encuentros y plataformas ayudará a fortalecer los vínculos profesionales y de negocios en la música y las artes escénicas, para lo cual seguirá siendo clave impulsar la digitalización que ha ampliado las redes de trabajo regionales y globales.

Las posibilidades de monetización

En materia de financiamiento, 9 de cada 10 entrevistados señalaron que las nuevas tecnologías pueden ayudar a la generación de ingresos (tabla 18), aunque sólo 22% hizo uso de herramientas tecnológicas con este fin y 1 de cada 5 incorporó el comercio electrónico en su gestión (tabla 19).¹¹⁵ La experiencia en la región demostró que las alternativas digitales aún no son suficientes para compensar las pérdidas generadas durante los primeros dos años de la pandemia. Los pagos digitales no están generalizados y falta desarrollar una cultura para ello. A esto se suma que parte importante de las organizaciones dedicadas a la producción y difusión de artes escénicas son entidades gubernamentales que ofrecen sus contenidos de forma gratuita, fortaleciendo una cultura de acceso sin pago y se considera el consumo de estos contenidos como un derecho.¹¹⁶

112 Circularart, página oficial, <https://circularart.org/>.

113 Feria Internacional de la música para profesionales (FIMPRO), página oficial, <https://fimguadalajara.mx/>.

114 La Ventana Internacional de las Artes (VIA) es el encuentro de profesionales escénicos que sucede alrededor del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá, Colombia. <https://festivaldeteatro.com.co/>.

115 Aura/SIMO, *op. cit.*

116 Codicimo, entrevista.

Tabla 18. **Percepción sobre el uso de las herramientas digitales para la generación de ingresos**

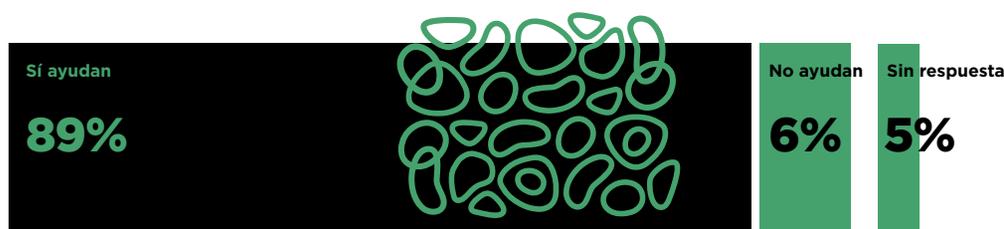


Tabla 19. **Estrategias financieras implementadas durante la pandemia**



Las transmisiones en *streaming* de espectáculos en vivo, sea de música, teatro, danza u ópera, serán en el futuro una opción adicional para la generación de ingresos, tanto por la venta de boletos, como por las posibilidades de mercadeo que representan en gran medida por el impulso que les dio la pandemia. El año 2021 vio la consolidación de varias empresas dedicadas a la transmisión de espectáculos digitales, particularmente para la música.¹¹⁷ Live Nation, el gigante del entretenimiento a nivel mundial, invirtió en el desarrollo de Veeps, una página web para el consumo de conciertos en vivo por *streaming*. Otro ejemplo es Driift, una nueva plataforma que ha logrado vender 600.000 boletos para 28 espectáculos en 17 países, generando ingresos por 14 millones de dólares en menos de un año de funcionamiento.¹¹⁸ En ALC surgió Tickets Hoy, una plataforma que durante los primeros doce meses de la pandemia

¹¹⁷ Music Ally, “The Trends Report: looking ahead to 2022”, publicado el 14 de enero de 2022, <https://musically.com/2021/11/15/live-music-back-livestreaming-here-to-stay/>.

¹¹⁸ Driift, página oficial, <https://driift.live/about/>.

transmitió cerca de 600.000 espectáculos, reuniendo a 1.8 millones de personas y generando 21 millones de dólares, y que por ahora tiene presencia en Argentina, Chile, España y Estados Unidos.¹¹⁹

Las artes escénicas han empezado a explorar el uso de plataformas de video bajo demanda (VOD por sus siglas en inglés) o servicios Over-The-Top (OTT), a fin de encontrar nuevos mercados y vías adicionales de monetización a través de la transmisión digital de contenidos. Una empresa pionera en la región es Teatrix de Argentina, que desde 2015 ofrece una cartelera de teatro en video, disponible a cualquier hora del día, a cambio de una suscripción mensual o anual.¹²⁰ En Chile nació Escenix, otra plataforma que ofrece teatro-bajo-demanda, con propuestas escénicas registradas en cámaras 4K. Se lanzó al mercado a finales del 2020 con 45 obras y cada mes añade 2 títulos inéditos.¹²¹ Este tipo de plataformas están en franco desarrollo¹²² y cada día son más quienes las están incor-

119 Diego Balan, “XAVE: el mercado de NFT para los artistas Latinoamericanos”, Creativity Culture Capital, visto el 15 de enero de 2022, <https://www.creativity-culturecapital.org/es/2021/09/13/xave-el-mercado-de-nft-para-los-artistas-latinoamericanos/>.

120 Teatrix, página oficial, <https://www.teatrix.com/>.

121 Escenix. página oficial, <https://escenix.cl/>.

122 Como dato comparativo con el sector audiovisual, la plataforma Netflix alcanzó 200 millones de suscriptores a nivel mundial en 2020, entre los cuales 53 millones de clientes vienen de América Latina y el Caribe, controlando el 77.8% del mercado regional. Además, las proyecciones de mercado para la región indican que las plataformas de video bajo demanda llegarán a 116 millones de suscripciones en 2026, y que 90% de este mercado se distribuirá entre cinco plataformas con sede en Estados Unidos: Netflix, Amazon Prime Video, Disney +, Apple TV + y HBO. Frente a este escenario, serán deseables las iniciativas que incentiven la competencia, nivelen las capacidades de participación de otros competidores y permitan la transmisión y el consumo de contenidos culturalmente diferentes, particularmente como lo hizo la Unión Europea, o países como Canadá y Francia, quienes han legislado para obligar a las plataformas a asegurar cuotas de transmisión de contenidos nacionales, o a implementar impuestos cuyos ingresos se utilicen para la producción de contenido creativo local.

Carlos Fernández de Lara, “Netflix suma en promedio 100 mil suscriptores al día durante pandemia; 37 millones en 2020”, *Forbes México*, publicado el 19 de enero de 2021, <https://www.forbes.com.mx/tecnologia-netflix-ya-suma-200-millones-de-usuarios-37-millones-se-sumaron-en-ano-de-pandemia/#:~:text=6%3A19%20pm-,Netflix%20suma%20en%20promedio%20100%20mil%20suscriptores%20al%20d%C3%ADa%20durante,usuarios%20en%20un%20solo%20trimestre.>

Larroca, Nicolás, “El 13,6% de los ingresos de Netflix provienen de América Latina”, *Telesemana*, publicado en 2019, <https://www.telesemana.com/blog/2020/01/23/latinoamerica-representa-el-136-de-los-ingresos-de-netflix/>

Plataformas.News, “América Latina Sumará 63 Millones De Clientes Svod Para

porando, incluyendo instituciones como el Teatro Real de Madrid,¹²³ el Cirque du Soleil,¹²⁴ la Ópera Metropolitana de Nueva York¹²⁵ o la industria de Broadway.¹²⁶

Las plataformas de *streaming* para el consumo de música en línea también han gozado de una amplia aceptación. En 2020 alcanzaron 443 millones de usuarios con suscripciones pagadas, generando un valor de 13.400 millones de dólares, un incremento del 18.5% respecto al año anterior¹²⁷ y se proyecta un crecimiento sostenido anual de 18% para estas plataformas.¹²⁸ Compañías como YouTube o Spotify han crecido particularmente rápido en ALC. Ya lo hacían previo al 2020, con cinco capitales de la región —Ciudad de México, Bogotá, Santiago, Lima y São Paulo—¹²⁹ entre las diez principales *triggering cities*¹³⁰ por la cantidad de usuarios registrados. Tras la pandemia, la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI por sus siglas en inglés) confirmó la tendencia: los ingresos por música grabada en ALC aumentaron un 30.2%, dominados

2026”, *Plataformas.News*, publicado marzo 3, 2021. <https://plataformas.news/ott/nota/america-latina-sumara-63-millones-de-clientes-svod-para-2026>.

Rufo Valencia, “Netflix y Amazon deberán financiar producción de contenidos canadienses”, Radio Canadá Internacional, publicado el 4 de noviembre de 2020, <https://www.rcinet.ca/es/2020/11/04/netflix-y-amazon-deberan-financiar-produccion-de-contenidos-canadienses/>.

Agencia EFE, “Francia obliga a plataformas como Netflix a invertir en producciones locales”, *Gestión*, actualizado el 28 de junio de 2021, <https://gestion.pe/economia/empresas/francia-obliga-a-plataformas-como-netflix-a-invertir-en-producciones-locales-noticia/>.

T. Koch, “El Parlamento europeo obliga a Netflix y a las televisiones a ofrecer un mínimo del 30% de producción europea”, *El País*, publicado el 3 de octubre de 2018, https://elpais.com/cultura/2018/10/02/actualidad/1538480515_585030.html.

¹²³ My Opera Player, página oficial, <https://www.myoperaplayer.com/>.

¹²⁴ Cirqueconnect, página oficial, <https://cirqueconnect.cirquedusoleil.com/es>.

¹²⁵ MetOpera On Demand, página oficial, <https://www.metopera.org/season/on-demand/>.

¹²⁶ BroadwayHD, página oficial, <https://www.broadwayhd.com/>.

¹²⁷ Federación Internacional de la Industria Fonotablac (IFPI), “Global Music Report 2021”, consultado el 10 de febrero de 2021, https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf.

¹²⁸ Lisa Yang et al., “Music in the air 2020 Report”, The Goldman Sachs Group, Inc (2020), <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/infographics/music-in-the-air-2020/report.pdf>.

¹²⁹ Jason Joven, “Music ‘Trigger Cities’ in Latin America & South/Southeast Asia (Part 1)”, Chartmetric, publicado el 28 de mayo de 2019, <https://blog.chartmetric.com/music-trigger-cities-in-latin-america-south-southeast-asia-part-1/>.

¹³⁰ Término anglosajón para señalar a las ciudades potencializadoras del algoritmo.

principalmente por los consumos de las plataformas de *streaming*, lo que representa el 84.1% del total de ingresos por regalías en la región.¹³¹

Los creadores han encontrado nuevas posibilidades en el uso de plataformas como TikTok, Twitch o Patreon, que buscan que los generadores de contenidos creativos desarrollen y mantengan una relación más estrecha e interactiva con sus públicos, creando novedosas y sofisticadas relaciones grupales que hacen posibles nuevas formas de monetización en la virtualidad. Mientras que algunas como TikTok permiten a los creadores generar ingresos por la cantidad de seguidores que reproduzcan sus videos, otras promueven el financiamiento a través de microdonaciones, lo que coloca al usuario final en una nueva posición dentro de la cadena de valor.

Twitch y Patreon facilitan la interacción con los usuarios y promueven el financiamiento colectivo a través de sistemas de donación individuales. La primera está enfocada en la transmisión de contenidos en tiempo real y añade la opción de realizar transferencias a los creadores mediante un sistema integrado en la propia plataforma. En Patreon los creadores ofrecen a sus fans experiencias y contenido exclusivo con una membresía, lo que ayuda a los artistas a fidelizar a sus audiencias y darles la posibilidad de pertenecer a un selecto grupo de fanáticos. Ana Rodríguez, de la agencia Música Relatable, señala que en estas plataformas hay músicos que reciben 3 dólares mensuales de cientos o miles de seguidores, generando ingresos que jamás alcanzarían mediante la reproducción de su música en plataformas de *streaming*: “Spotify funciona muy bien para los grandes catálogos y para las superestrellas, pero no para artistas que tienen comunidades pequeñas, o interés en fortalecer su relación con sus fans de forma directa, y eso es lo que estas nuevas herramientas pueden ayudar a equilibrar”.¹³²

Los derechos de autor y la distribución de regalías en el espacio digital

Las plataformas han multiplicado las oportunidades de licenciamientos por el incremento de la oferta y consumo de series, películas, videojuegos y los cobros de regalías por parte de los creadores.¹³³ Del total de regalías generadas por derechos de reproducción a nivel mundial, se estima que los contenidos digitales aportaron el 20.5% del total en 2019, con una tasa de crecimiento del 187% en los últimos 5 años. Los ingresos por

¹³¹ Federación Internacional de la Industria Fonotable (IFPI). *op. cit.*

¹³² Rodríguez, entrevista.

¹³³ Paul Brindley, “Panorama Digital: la Industria Post Pandemia”, Circularart, filmado el 12 de noviembre de 2020, <https://youtu.be/P8abUhLPZpo?t=7984>.

consumo de música en línea generaron más de 2.000 millones de euros, el 23% del total de regalías por música y con un crecimiento del 27.2% entre 2018 y 2019. Por su parte, los derechos por repertorio dramático generaron 100.000 euros en estos mismos entornos.¹³⁴ La pandemia no hizo sino disparar aún más los números. En 2020, la recolección total de regalías digitales fue de 116 millones de euros, un crecimiento del 36.4% respecto al año anterior.¹³⁵

El cobro de derechos de autor en entornos digitales ha generado un intenso debate sobre cómo regularlos y recolectarlos, particularmente en lo que se refiere a las plataformas de *streaming*,¹³⁶ generando disputas legales por la desequilibrada repartición de las regalías. En el caso de la música, domina el sistema de distribución centrado en el mercado (llamado Market Centric Payment Systems – MCPS), el cual favorece a las grandes disqueras transnacionales y sus artistas. Según cifras de Spotify, cerca de 43.000 propuestas generan el 90% del consumo de música, frente a los 5 millones de artistas inscritos en su plataforma. Esto implica que a la hora de repartir los dividendos menos del 1% del talento recibe el 90% de los ingresos generados.¹³⁷ En otras palabras, para que un artista perciba el salario mínimo en España,¹³⁸ necesita 225.000 reproducciones en Spotify.¹³⁹

La plataforma SoundCloud anunció en 2020 la implementación de un modelo de repartición de ingresos más equitativo para los artistas, centrado en el usuario (User Centric Payment Systems – UCPS).¹⁴⁰ En

¹³⁴ CISAC, “COVID-19: Crisis, Resilience, Recovery”.

¹³⁵ CISAC, “Informe 2021”.

¹³⁶ Centre National de la Musique, “Le CNM évalue l’impact d’un changement éventuel de mode de rémunération par les plateformes de streaming”, publicado el 27 de enero de 2021, <https://cnm.fr/le-cnm-evalue-limpact-dun-changement-eventuel-de-mode-de-remuneration-par-les-plateformes-de-streaming/>.

¹³⁷ Shain Shapiro, “We Don’t Just Need A Review Of Music Streaming: We Need A Review Of The Entire Music Ecosystem”, *Forbes*, publicado el 20 de enero de 2021, <https://www.forbes.com/sites/shainshapiro/2021/01/20/we-dont-just-need-a-review-of-music-streaming-we-need-a-review-of-the-entire-music-ecosystem/?sh=19995c9b2c1e>.

¹³⁸ En septiembre de 2019, fecha de publicación del artículo al que se hace referencia, el salario mínimo en España era de \$1.050 euros al mes.

¹³⁹ Lidia Montes, “Cuántas reproducciones necesita un músico para ganar 1 euro en Spotify, Apple Music, Amazon y más”, *Business Insider*, publicado el 15 de septiembre de 2019, <https://www.businessinsider.es/cuantas-reproducciones-spotify-necesitan-ganar-1-euro-491653>.

¹⁴⁰ Dani Rivas, “Spotify, Soundcloud y cómo funciona el pago en plataformas de Streaming”, *Tenho Mais Discos Que Amigos!*, publicado el 24 de marzo de 2021,

Estados Unidos, las sociedades de compositores ganaron una batalla legal que obligó a estas empresas a incrementar del 10.5 al 15.1% las regalías a los compositores, legislación que está en vigor desde 2022.¹⁴¹ En Reino Unido el debate sobre la distribución de regalías digitales llegó al parlamento británico, que concluyó que el sistema de distribución económica en los entornos digitales se tiene que equilibrar.¹⁴² El comité encargado de analizar el caso recomendó adoptar el sistema de remuneración equitativa en las plataformas de *streaming*, que ya se usa para distribuir 50/50 las regalías generadas en la radio y la televisión, y sugirió a la Autoridad de Competencia y Mercados (CMA por sus siglas en inglés) llevar a cabo una investigación para analizar las prácticas de mercado de las principales compañías disqueras del país y su eventual impacto en la industria de la música. También refirió la necesidad de promover legislaciones que permitan a los artistas recuperar los derechos de sus obras veinte años después de haberlos cedido a las disqueras y productoras, así como iniciativas legales que promuevan una mayor transparencia y guíe a los creadores sobre los términos y condiciones de los acuerdos entre las disqueras, las editoras musicales y las plataformas de *streaming*, logrando reportes de industria más transparentes.¹⁴³

La multiplicación de canales, contenidos y formas de distribución ha presentado severos problemas entre los actores involucrados, por lo que la regulación de los derechos de autor en la esfera digital es necesaria. Al respecto, el BID y la SEGIB han desarrollado herramientas y movilizad recursos que promueven intercambios de buenas prácticas, cooperación técnica y foros de diálogo. Destaca la recomendación de crear legislaciones que promuevan la protección de la propiedad intelectual y favorezcan la recolección y distribución equitativa de regalías, así como programas para incentivar la profesionalización del sector creativo que contribuyan al desarrollo de un entorno sostenible de las

https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2021/03/24/spotify-sound-cloud-pagamento-streaming/?fbclid=IwAR3UOammNx2tzbduo-_tnvm3hJOIn-QxrdFGSEc18qSS6BkDKoiFXnmntjh4.

¹⁴¹ Rhian Jones, “Songwriters fight to be heard in streaming revenues debate”, *The Guardian*, publicado el 12 de febrero de 2021, <https://www.theguardian.com/music/2021/feb/12/songwriters-fight-to-be-heard-in-streaming-revenues-debate>.

¹⁴² Music Ally, “Play and Plays: the story of the UK’s Parliamentary Inquiry into music streamings economics”, publicado el 15 de julio de 2021, <https://musically.com/wp-content/uploads/2021/07/MusicAlly-PlaysAndPay.pdf>.

¹⁴³ Music Ally, “Labels under fire as UK streaming inquiry report calls for ‘complete reset’ of market”, publicado el 15 de julio de 2021, <https://musically.com/2021/07/15/labels-under-fire-uk-streaming-inquiry-report/>.

industrias creativas en el ámbito digital.¹⁴⁴ En este mismo sentido, la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC) actualizó por primera vez en quince años su sistema de identificación de obras musicales (el ISWC por sus siglas en inglés), con miras a mejorar la fiabilidad, rapidez y eficiencia del trabajo de recolección de regalías.¹⁴⁵

La *Blockchain*, o tecnología de bloques, podría ser una alternativa al mantener un registro único y trazable de cada acuerdo, transacción generada o contrato firmado. Hasta hace poco, la recolección de regalías se realizaba casi de forma manual, país por país, y con intermediarios que no siempre son transparentes en la forma de calcular, medir y cobrar estos derechos de autor. *Blockchain*, en cambio, brinda la posibilidad de tener un sistema de registro transparente y seguro, que dé confianza a todos los actores involucrados (tanto creadores como distribuidores y consumidores) y que permita incrementar los ingresos generados al evitar intermediarios.¹⁴⁶

Almacenados en una tecnología de *blockchain*, los tokens no fungibles (NFTs) son otra alternativa para monetizar y distribuir creaciones digitales. La construcción en cadena de estos activos digitales permite asegurar su unicidad y sobre todo su trazabilidad, generando una especie de comprobante de propiedad del objeto digital, sea éste un archivo de audio, una imagen, un video, una animación en tercera dimensión, etcétera. En otros casos, los NFTs se utilizan como acciones bancarias de proyectos digitales, donde la compra del token no sólo sirve como capital de inversión para el desarrollo de la iniciativa y te convierte en copropietario de la misma, sino que te da acceso a otros beneficios, como ser parte de una comunidad en la cual se comparte información o contenido exclusivo.

Algunos especulan que los NFTs serán una alternativa viable para regular y monetizar la propiedad intelectual de productos digitales.¹⁴⁷ Esta tecnología también ofrece nuevas formas de monetizar y añadir valor a productos digitales, ya que sus acuerdos de propiedad, los llamados

¹⁴⁴ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), “Culture and Covid-19: Impact and Response Tracker. Núm 3”, consultado el 20 de febrero de 2021, https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_3_en_culture_covid-19_tracker-5.pdf.

¹⁴⁵ CISAC, “COVID-19: Crisis, Resilience, Recovery”.

¹⁴⁶ PWC, “Blockchain: recording the music industry. How Blockchain technology could save the music industry billions”, PricewaterhouseCoopers LLP, publicado en 2018, <https://www.pwc.co.uk/entertainment-media/publications/blockchain-recording-music-industry.pdf>.

¹⁴⁷ Barros, entrevista.

contratos inteligentes, permiten que el creador de un contenido no sólo tenga los derechos de autoría y los venda sin la necesidad de intermediarios, sino que cada compra/venta de su pieza en el tiempo le otorga también un porcentaje de ingresos por dichas transacciones, completamente rastreables y automáticamente transferidas por la tecnología de bloques. De consolidarse, los NFTs podrían cambiar radicalmente la forma de monetizar de los creadores, sean escénicos o no, ya que los artistas no sólo tendrán mayor control sobre la comercialización de sus creaciones, sino que esas mismas piezas les podrán generar rentas vitalicias.

Las altas cifras alcanzadas por la venta de los primeros NFTs coleccionables desataron la especulación en ese mercado. Grupos musicales, como Kings of Leon, ya distribuyen y monetizan música con esta tecnología,¹⁴⁸ mientras que otros como Grimes han logrado generar ingresos millonarios.¹⁴⁹ En diciembre de 2021, Natalia Osipova, primera bailarina del Royal Ballet de Londres, vendió los tres primeros NFTs de interpretaciones dancísticas, que consistieron en dos videos de la coreografía de Giselle y uno más del dúo Left Behind, tríptico que se vendió en 80.000 dólares.¹⁵⁰

Es un hecho que las criptomonedas han llegado para quedarse. Más que herramientas para hacer dinero fácil, expertos especulan que las criptomonedas, los NFTs y los metaversos van a revolucionar la forma en la que socializamos, realizamos transacciones y generamos valor en la economía y la sociedad.¹⁵¹

La creación escénica en la virtualidad: ¿siguen siendo artes escénicas?

Conversaciones de Zoom se transformaron en exploraciones estéticas, como lo hizo la compañía Anti Status Quo¹⁵² de Brasil con su obra

¹⁴⁸ Sara Cáseres Huerta, “Kings of Leon será la primera banda en lanzar un álbum en formato NFT: ‘When You See Yourself’”, *Rolling Stone México*, publicado el 4 de marzo de 2021, <https://rollingstone.com.mx/kings-of-leon-lanza-album-nft/>.

¹⁴⁹ Jacob Kastrenakes, “Grimes sold \$6 million worth of digital art as NFT.”, *The Verge*, publicado el 1 de marzo de 2021, <https://www.theverge.com/2021/3/1/22308075/grimes-nft-6-million-sales-nifty-gateway-warnymph>.

¹⁵⁰ Hanna Noelle-Smith, “World’s First Ballet NFTs Starring Natalia Osipova Dance to Success at Bonhams Encore Sale”, Bonhams, consultado el 22 de febrero de 2022, https://www.bonhams.com/press_release/33503/.

¹⁵¹ Music Ally, “The Trends Report”.

¹⁵² Anti Status Quo, página oficial en Facebook, <https://www.facebook.com/asq-ciadedanca/>.

JuntosEseparados. En México, el grupo Landscape_Artes Escénicas¹⁵³ adaptó un espectáculo pensado para la escena en una experiencia llamada *LOOP Espejos del Tiempo TCRV*, una obra de creación remota en vivo por Skype que ganó el premio World Summit Award 2020 en la categoría de Cultura y Turismo.¹⁵⁴ Por su parte, entre Argentina y Suiza, gracias a una colaboración entre los coreógrafos Edgardo Mercado, Gilles Jobin y Damián Turkieh, se logró *Virtual Crossings*, donde tres bailarinas interactuaron en tiempo real entre Buenos Aires y Ginebra a través de realidad aumentada y tecnología de captura de movimiento.¹⁵⁵ En el Festival Internacional de Teatro de Manizales, el Grupo Magiluth de Brasil presentó *Todo lo que cabe en una VHS*, experiencia transmedia que llevó al público a recorrer diversas redes sociales como WhatsApp, Instagram, YouTube y hasta sus correos electrónicos.¹⁵⁶ En ese mismo foro también se presentó *Linderos del Horizonte Dramafónicos*, del grupo Quinta Picota, que contó historias en vivo a través del teléfono, o la pieza *Mía sobre ella misma*, de la compañía Deca Teatro, que se desarrolló enteramente por WhatsApp.¹⁵⁷ En el Teatro Colón de Bogotá, el colectivo La Quinta del Lobo presentó la pieza *Infinitos*, en la que además de incluir una página web¹⁵⁸ donde la gente podía compartir las revelaciones, nostalgias o desapegos que la pandemia les provocó, se realizaron cinco filmes con diferentes herramientas de video y se proyectó un *mapping* que simuló la reconfiguración y desbaratamiento en partículas de la sala principal del teatro.¹⁵⁹

La pandemia ha sido muy prolífica en cuanto a generación de nuevos contenidos creativos en todas las disciplinas, mediados por viejas y nuevas tecnologías. Fabiola Pazmiño, coordinadora de producción de la Fundación Teatro Nacional Sucre, en Ecuador, enfatizó que “la producción multimedia se ha exponenciado, provocando un sinfín de estrenos

153 Landscape_Artes Escénicas, página oficial, <https://landscape.com.mx/esce-na-contemporanea-danza-teatro-y-multimedia/>.

154 “Propuesta mexicana de teatro digital gana concurso mundial de innovación tecnológica”, *La Jornada*, publicado el 21 de diciembre de 2020, <https://www.jornada.com.mx/notas/2020/12/21/cultura/propuesta-mexicana-de-teatro-digital-gana-concurso-mundial-de-innovacion-tecnologica/>.

155 Cie Gilles Jobin, “Virtual Crossings Buenos Aires/Geneva”, 22 de noviembre de 2020, <https://vimeo.com/482243033>.

156 Grupo Magiluth, “Tudo que coube numa VHS”, <https://www.grupomagiluth.com.br/tudo-que-coube-numa-vhs>.

157 Festival de Manizales, catálogo, <https://www.festivaldemanizales.com/catalogo/>.

158 *Infinitos*, página oficial, <https://infinitos.co/>.

159 Carmen Gil (profesora del Departamento de Artes de la Universidad de los Andes y curadora de Voltaje: Salón de Arte y Tecnología), en entrevista con Pablo Solís Vega, mayo de 2021.

y lanzamientos; lo más interesante es que se ha vuelto a trabajar con los recursos indispensables, en donde el modelo del estudio en casa ha tomado un rol enorme. Es algo que hay que tomar muy en cuenta a la hora de los incentivos”.¹⁶⁰

Toda esta experimentación generó reflexiones acerca de si el arte escénico en el mundo virtual seguía siendo teatro o no. Para Cecilia Sotres, mexicana del colectivo Las Reinas Chulas “La infinita posibilidad de los lenguajes escénicos; aprender este nuevo lenguaje que no es teatro, no es video, no es tele, no es cine, sino todo lo contrario y una mezcla de todo lo anterior”.¹⁶¹ Encuentros de artes escénicas en la región hicieron eco de este pensamiento y dedicaron sus programaciones a la reflexión sobre la exploración creativa a través de las tecnologías. Al respecto, el colombiano Octavio Arbeláez compartió que la edición 2020 del Festival Internacional de Teatro de Manizales quiso reflejar la relación entre la construcción escénica y las tecnologías, no sólo en cuanto a la apropiación de las herramientas digitales por parte de los creadores, sino también respecto a cómo será la nueva relación con las audiencias, que en su opinión: “Tienen que ser consideradas de otra manera y leídas desde otra perspectiva, ya que en este momento de transformación la inclusión con los públicos es total y esa interrogante es la que debe estar en el punto central de la discusión”.¹⁶²

Algunos cuestionaron si las innovaciones tecnológicas lograrían sustituir a las experiencias presenciales. Para la mayoría una no reemplaza a la otra, sino que serán alternativas que convivirán con las experiencias presenciales. Jorge Dubatti apunta: “Si se aceptara que la cultura convivial puede ser reemplazada por la cultura tecnovivial [...] estaríamos promoviendo un naufragio cultural incalculable, la pérdida de uno de los tesoros culturales más maravillosos de la humanidad (el acontecimiento teatral)”.¹⁶³ Ricardo Lira, director ejecutivo del Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas¹⁶⁴ (CRT+IC), en Chile, destacó que la

¹⁶⁰ Pazmiño, entrevista.

¹⁶¹ Cecilia Sotres, “Cabareteando ando en pandemia”, *Investigación Teatral. Revista de Artes Escénicas y Performatividad*, Vol. 11, Núm. 18 (2020), <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2649/4605>.

¹⁶² Arbeláez, entrevista.

¹⁶³ Jorge Dubatti, “Entre el convivio y el tecnovivio: artes de pluralismo, convivencia y diversidad epistemológica”, *Investigación Teatral. Revista de Artes Escénicas y Performatividad*, Núm. 18 (2020), <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2649/4605>.

¹⁶⁴ CRT+IC es una organización público-privada que promueve el desarrollo de capacidades tecnológicas para los agentes de las industrias creativas con el fin de fortalecer empresas, *startups*, productos y servicios creativos. <https://www.crtic.cl/>

pandemia nos ayudó a entender que las experiencias digitales resultaron ser diametralmente opuestas a las experiencias en vivo, por lo que tendrán que ser pensadas como dos contenidos distintos. Ante los nuevos avances tecnológicos, no sólo será una cámara de video la que permita transmitir un acto en vivo, sino que realmente deberán pensarse como un producto en sí mismo, para el cual se abre una nueva línea de negocio y de posibilidades.¹⁶⁵

Cuando el futuro nos alcanzó: los mundos inmersivos y el metaverso

Frente a la extensa competencia de entretenimiento que ofrecen los distintos dispositivos electrónicos, sumada a la evidencia de que las producciones musicales y escénicas trasladadas a la pantalla no tenían el mismo efecto que la experiencia presencial, se hizo necesario innovar en las formas de recrear las experiencias para hacerlas más atractivas a las audiencias. Fabiola Pazmiño señaló que, para que el contenido virtual sea realmente interesante y que la gente quiera pagar por éste, “se deben realizar inversiones para fortalecer la experiencia virtual y que desde ahí se pueda recrear la experiencia de comunión que sucede en la presencialidad, para así provocar en el público esa sensación de que realmente es parte de algo único”.¹⁶⁶

Fue así que organizaciones escénicas alrededor del mundo incorporaron tecnologías inmersivas, generando experiencias nuevas, ampliando las perspectivas y los formatos del acto escénico, así como las posibilidades de interacción con los usuarios. Los espectáculos en entornos virtuales inmersivos (EVI), ciudades digitales a las que se accede mediante avatares, se hicieron frecuentes. Los videojuegos son los que más han aprovechado estas tecnologías y es al interior de estos mundos donde se están desarrollando los primeros actos musicales y escénicos en el metaverso. En 2019 el videojuego *Fortnite* organizó el primer concierto al interior de sus mundos con un espectáculo del DJ Marshmello, quien reunió a 10.7 millones de usuarios en un escenario virtual.¹⁶⁷ Un año después, el videojuego rompió su propio récord reuniendo a 12.3 millones de jugadores conectados durante el concierto

¹⁶⁵ Lira, entrevista.

¹⁶⁶ Pazmiño, entrevista.

¹⁶⁷ Nick Statt, “Fortnite’s Marshmello concert was a bizarre and exciting glimpse of the future”, *The Verge*, publicado el 2 de febrero de 2019, <https://www.theverge.com/2019/2/2/18208223/fortnite-epic-games-marshmello-concert-exciting-bizarre-future-music>.

del rapero Travis Scott,¹⁶⁸ y en 2021 repitió la experiencia con la cantante Ariana Grande.¹⁶⁹ Aunque todos estos *shows* han sido previamente grabados y programados, y los artistas aparecen en versiones digitales, lo interesante de estas actividades son los tamaños de la audiencia y las posibilidades de desarrollo de narrativas que las acompañan. Con cada evento los organizadores han añadido mejoras, como juegos que permiten desbloquear niveles o adquirir objetos digitales para disfrutar el concierto (como un micrófono en llamas), o librar obstáculos para llegar al escenario, como lanzarse de un tobogán gigante o brincar sobre planetas con una fuerza de gravedad similar a la de la luna. Con cada cambio de canción, los entornos se modifican y los jugadores pueden volar en el espacio o sumergirse en un océano gigante, permitiendo el desarrollo de narrativas paralelas.¹⁷⁰ Además, las funciones ya no son presentaciones únicas, sino que se insertan en diferentes zonas horarias, lo que amplía aún más el alcance de públicos.¹⁷¹

En el videojuego *Roblox* también se han realizado presentaciones escénicas que se han transformado en ventas virtuales millonarias. Un caso ilustrativo sucedió con la cantante de pop sueca Zara Larsson, quien facturó más de un millón de dólares en activos digitales: tras su presentación, se vendieron objetos virtuales como sombreros, prendas y accesorios para vestir a los avatares de los usuarios conectados, e incluso se creó una opción de avatar con la forma física de la cantante.¹⁷² En juegos como *Minecraft*, los usuarios han monetizado la organización de conciertos, gracias a la dinámica del videojuego que consiste en construir mundos y aprender a programarlos. Un ejemplo es el colectivo estadounidense Open Pit, formado por jóvenes menores de veinticinco años, quienes han programado y convocado varios conciertos virtuales al interior del videojuego. En abril de 2020 congregaron a 18.000

168 Andrew Webster, “Travis Scott first Fortnite concert was surreal and spectacular”, *The Verge*, publicado el 23 de abril de 2020, <https://www.theverge.com/2020/4/23/21233637/travis-scott-fortnite-concert-astronomical-live-report>.

169 A la fecha de esta publicación, aún no se hacía pública la cifra de asistentes a la serie de conciertos de Ariana Grande. Andrew Webster, “Ariana Grande’s Fortnite tour was a moment years in the making”, *The Verge*, publicado el 9 de agosto de 2021, <https://www.theverge.com/2021/8/9/22616664/ariana-grande-fortnite-rift-tour-worldbuilding-storytelling>.

170 Andrew Webster, *op. cit.*

171 *Idem.*

172 Mark Savage, “How Pop Star”, BBC, publicado el 5 de noviembre de 2021, <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-59163449>.

usuarios conectados y recaudaron más de 55.000 dólares para causas benéficas en Estados Unidos.¹⁷³

Los entornos inmersivos presentan así amplias posibilidades de explorar interacciones inauditas con las audiencias y desarrollo de nuevas narrativas.¹⁷⁴ La cuestión es que, al menos con estos ejemplos, en el metaverso el acto en vivo desaparece para transformarse en un nuevo acontecimiento creativo. El cuerpo físico del artista se ha transformado en un avatar, al igual que los espectadores, quienes se reúnen en un espacio-tiempo enteramente virtual. La magia del arte sucede y el encuentro con la audiencia se da en un espacio donde no sólo las barreras físicas se eliminan, sino que las fronteras entre las artes escénicas se entremezclan y difuminan. Si con la llegada del cine se nombró el surgimiento del séptimo arte, ¿estamos en la antesala de nombrar alguna nueva disciplina? Sólo el tiempo lo dirá. Mientras tanto, las experiencias inmersivas que entremezclan realidad virtual (RV), aumentada (RA), mixta (RM) o extendida (RE)¹⁷⁵ se están utilizando en eventos presenciales para enriquecer las experiencias de las audiencias. Un ejemplo de innovación es el espectáculo “ABBA Voyage: the concert”, para el cual el grupo sueco creó versiones digitales —cuarenta años más jóvenes— de los integrantes, quienes han sido capturados con tecnologías de identificación de movimientos, con 160 cámaras de video y un equipo de más de 500 artistas para completar un show para una audiencia presencial que combina video, luz y sonido.¹⁷⁶

De forma inversa, también hay espectáculos escénicos sin personajes humanos en escena, como sucedió en el Festival Internacional de Teatro Santiago a Mil con la función de *Uncanny Valley*, del colectivo Rimini Protokoll. La obra reflexiona sobre la relación entre los robots y los humanos con la presencia de un humanoide en la escena, quien en algún momento de la pieza reflexiona: “Si has venido a ver a un actor, estás en

173 Ellise Shafer, “More than a game, Minecraft Music Festival is a Blockbuster”, *Variety*, publicado el 13 de mayo de 2020, <https://variety.com/2020/music/news/all-about-minecraft-music-festivals-1234598970/>.

174 Tom Rockhill, “To engage remote audiences, AR is more vital than ever”, *Digital Arts*, publicado el 6 de abril de 2020, <https://www.digitalartsonline.co.uk/features/hacking-maker/engage-remote-audiences-ar-is-more-vital-than-ever/>.

175 La realidad mixta o la realidad extendida hacen referencia a tecnologías inmersivas que combinan elementos de realidad virtual y realidad aumentada, o a la combinación de tecnologías que permiten una interacción de los entornos reales y virtuales.

176 HMV Official, “ABBA announce new album Voyage and spectacular new live show”, video visto en YouTube el 28 de febrero de 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=IRT2ZTRR1ps>.

el lugar equivocado; pero si has venido a ver lo auténtico, también estás en el lugar equivocado”.¹⁷⁷

Aunque todavía no está claro cómo será el futuro de los metaversos o las criptomonedas asociados a la música y las artes escénicas, los artistas y creadores jugarán un papel central en el desarrollo y apropiación de las tecnologías, ya que serán los encargados de dar vida a la programación en código y transformarán los complejos lenguajes tecnológicos en atractivos entornos y experiencias inmersivas, con narrativas que nos conmuevan y emocionen. También, la mezcla de herramientas permitirá desarrollar nuevas e inexploradas narrativas, multiplicando las posibilidades para dar rienda suelta a la imaginación de los creadores escénicos. Para que ese mundo sea una realidad en ALC, se deberán resolver problemas que van desde la conectividad a la capacitación en habilidades digitales, para que tanto creadores como consumidores puedan ser agentes activos dentro de estos nuevos mundos hiperconectados.

177 Fundación Teatro a Mil, “Trailer Uncanny Valley | Santiago a Mil 2021”, video visto en YouTube el 14 de marzo de 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=LPw-Gq9GdvdE&t=8s>.

3. Casos de innovación



El teatro como lo conocíamos, o como nos aferramos a qué era, ya no va a ser; tiene que dejar de ser de nicho y se tendrá que adaptar a las nuevas tecnologías.

—**Oscar Carnicero**, director de La Teatrería

En esta sección se analizan seis casos de innovación que, gracias al uso de las tecnologías, han aportado soluciones innovadoras a la industria de la música y las artes escénicas. Estas experiencias son respuestas concretas a las inquietudes que se han planteado a lo largo de estas páginas y que corresponden a las realidades del sector en ALC: ¿cómo usar la tecnología para el desarrollo profesional de los músicos y artistas escénicos?, ¿cómo promover el consumo de creaciones musicales y escénicas en la virtualidad?, ¿cómo mejorar la experiencia digital? Cada uno de los casos descritos a continuación constituye una solución a estas interrogantes y a desafíos como la visualización del futuro, los posibles caminos de transición a una esfera digital globalmente hiperconectada y con inteligencia de datos, o la construcción, a partir de estas innovaciones tecnológicas, de nuevos vínculos con las audiencias en favor de una interacción que ponga en valor el impacto positivo de la música y las artes escénicas en las sociedades de la región.

Teatrix. Argentina

¿Cómo promover el consumo de creaciones escénicas en la virtualidad?

Uno de los retos más grandes del terreno digital es incrementar el consumo de contenidos culturalmente diversos. Frente a los gigantes tecnológicos como Netflix, Facebook, Google, Amazon, Apple, Disney o Spotify, es necesario idear estrategias y promover regulaciones para ofrecer contenidos producidos en otras latitudes, con otras narrativas y que reflejen la diversidad y riqueza cultural. Teatrix es una de estas opciones, una plataforma de video bajo demanda (VOD) dedicada exclusivamente a la transmisión de obras de teatro en español. Es la primera plataforma que permite ver teatro en línea en alta definición, desde cualquier dispositivo y a cualquier hora del día, mediante diversos esquemas de suscripción. La iniciativa nació en 2015 en Argentina y la pandemia impulsó su expansión a nuevos mercados en Bolivia, Colombia, España, México, Paraguay y la audiencia latina en Estados Unidos. Mientras que los primeros 4 años la plataforma mantuvo un crecimiento sostenido del 5%, los primeros 6 meses del 2020 éste fue del 80% y al cierre del año habían triplicado su audiencia y los usuarios multiplicaron por 10 sus horas de visualización. Ante la imposibilidad de realizar funciones presenciales, compañías de teatro, casas productoras y similares, adaptaron sus creaciones para transmitir las desde Teatrix de manera profesional y con posibilidades de monetización. La compañía ha invertido en el diseño de una plataforma intuitiva y fácil de usar, con el fin de ofrecer posibilidades de acceso a contenido culturalmente diverso con una transmisión y producción de

calidad mundial. Esto también ha permitido acercar la experiencia teatral a personas que nunca habían podido asistir a un espacio escénico, lo que indirectamente motivará a nuevas audiencias a acercarse a este tipo de representaciones y promoverá su consumo, tanto en formato virtual como presencial.

PortalDisc App. Chile

¿Cómo difundir las manifestaciones artísticas locales e incentivar la economía digital para los creadores musicales?

Los contenidos independientes o culturalmente diversos se enfrentan al reto de visibilizar, promover y destacar sus creaciones. Para contrarrestar esta situación, PortalDisc lanzó en 2020 la primera aplicación de *streaming* dedicada 100% a la música chilena. Esta empresa nació hace doce años y fue pionera en ofrecer alternativas para la distribución digital de artistas chilenos, a través de una tienda en línea para la descarga de archivos MP3. A la fecha, cuentan con un catálogo de más de 130.000 canciones, pertenecientes a más de 300 sellos y 7.000 artistas nacionales. En 2021, la aplicación se instaló en más de 10.000 celulares de 32 países diferentes. Además de incorporar funciones como cualquier otra plataforma comercial, agrega particularidades que la hacen única, ya que cada territorio geográfico de Chile tiene su propia sección con los artistas regionales y se incluyen etiquetas de música tradicional andina, mapuche, rapanui, chilota, entre otras. Esta segmentación permite ordenar y dar un relato a la música chilena según su región, estilo o sonoridades propias, logrando difundir las diferentes manifestaciones culturales que habitan en el país. La herramienta tiene además un trato más generoso con sus creadores en comparación con las plataformas de *streaming* más populares, ya que PortalDisc App paga 3.9 dólares por cada 1.000 reproducciones, en contraste con Spotify que ofrece un tercio de esa cifra por la misma cantidad de reproducciones. Los artistas además tienen la posibilidad de subir directamente sus canciones, lo que evita la contratación de agentes intermediarios, como son las agregadoras digitales. La aplicación tiene una versión gratuita que permite a los usuarios reproducir hasta 50 canciones mensuales sin costo. Para acceder a la versión Premium, se ofrecen membresías con un costo de \$3.9 dólares al mes o \$39 dólares al año. La empresa busca dar un trato más justo a los artistas y convertirse en una plataforma para difundir y promover el consumo de música local, y apoyar así al desarrollo de la industria nacional.

Pro Indie Music. México

¿Cómo apoyar el desarrollo profesional de músicos independientes desde una *app*?

Pro Indie Music es una iniciativa mexicana que usa la tecnología para ayudar al desarrollo de artistas independientes, principalmente de la industria de la música. Su programa utiliza *machine learning*, un sistema de inteligencia artificial, para brindar información a los usuarios con el fin de impulsar sus carreras profesionales. La *app* tiene un algoritmo que califica y mide el nivel de desarrollo de un artista, registrando y analizando la *data* disponible tanto en sus redes sociales (número de usuarios, interacciones, tiempos de consumo, etcétera) como en sus documentos de trabajo (carpetas de presentación, *riders* técnicos y contratos, entre otros). El sistema almacena los datos ingresados por los usuarios y a partir de ellos realiza sugerencias específicas, considerando también los resultados obtenidos en experiencias de otros usuarios de la plataforma. La herramienta fue pensada inicialmente como un espacio donde una comunidad de músicos pudiera acceder a información privilegiada sobre la industria, sus actores y las posibles estrategias para su desarrollo profesional. La plataforma pasó de ser un espacio para vincular a creadores con programadores de festivales, *managers*, agencias de relaciones públicas y agregadoras digitales, a convertirse en una herramienta que permite analizar el nivel de la carrera de un artista y darle recomendaciones puntuales para que logre un mayor impacto. La última versión de la aplicación fue lanzada en abril de 2021, y a finales de dicho año alcanzaron la cifra de 540 suscripciones activas en México, Centro y Sudamérica, después de que en sus inicios arrancaran con 35 artistas como primeros usuarios. La *app* cuenta con un sistema de membresías, donde los artistas pueden escoger pagar en mensualidades o anualidades. Además, la plataforma ofrece asesorías personalizadas para responder a necesidades específicas de los creadores musicales: desde cómo organizar un lanzamiento, qué redes sociales utilizar, cómo sacarle provecho a las herramientas digitales, cómo mejorar el *engagement* con sus audiencias, o incluso novedades sobre las nuevas tendencias de la industria, particularmente con el desarrollo de los NFTs. Además, acceder a la información de sus clientes les permite a los desarrolladores de la *app* identificar a aquellos artistas sobresalientes que están logrando buena comunicación con sus audiencias, para entonces ofrecerles contratos específicos con aliados estratégicos y potenciar su desarrollo y posicionamiento.

Muse's Simulation Theory: Virtual Experience. Inglaterra

¿Cómo transformar un concierto en vivo en una experiencia digital interactiva?

Ante el reto de añadir capas de atracción a la transmisión en línea de conciertos en vivo, la banda inglesa Muse se alió con la empresa Stage Inc, con sede en Los Ángeles, para crear “Muse's Simulation Theory: Virtual Experience”, la transmisión virtual de una presentación del grupo en 2019 en el Estadio Metropolitano de Madrid, frente a una audiencia presencial de 50.000 personas. El concierto fue filmado en 6k y con cámaras de 360 grados. Las grabaciones se proyectaron en un entorno inmersivo, para el cual se reconstruyó el estadio de manera digital y se le agregaron elementos de realidad aumentada. Al interior del evento virtual, los asistentes pudieron interactuar por voz o mensajes de texto con sus pares, jugar con elementos interactivos o comprar mercancía (digital o física), incluyendo la opción de adquirir las vestimentas digitales que los músicos portaron el día del concierto. Los usuarios o avatares hicieron el recorrido de entrar al estadio como si fuera en la vida real. No obstante, una vez dentro del recinto pudieron teletransportarse a diferentes partes del estadio, con la opción de ver el concierto desde dieciséis puntos de vista distintos, incluyendo al menos tres sobre el escenario: de frente al cantante, al bajista o algún costado del baterista. Desde cada ángulo, la cámara en 360 grados les permitió observar una panorámica del evento desde una perspectiva inédita. Por el momento es posible tanto descargar la aplicación como acceder al concierto de manera gratuita. La empresa utilizó la experiencia virtual de Muse para el lanzamiento de Stageverse y dar a conocer la plataforma. A la fecha de su publicación en septiembre de 2021, Stage Inc. había logrado recaudar \$7.5 millones de dólares de inversión inicial para el desarrollo de sus mundos virtuales, con los cuales buscan conquistar el naciente mercado de los eventos en vivo en el metaverso.

Interspecifics. México

¿Cómo crear vínculos innovadores con las artes escénicas para divulgar la ciencia?

Algunas instituciones han identificado en la actividad creativa, y particularmente en creaciones escénicas, innovadoras formas de socialización de avances tecnológicos. Un caso emblemático es el del colectivo Interspecifics, un estudio de investigación artística independiente fundado

en la Ciudad de México. El colectivo ha trabajado en el uso del sonido para visualizar, por ejemplo, la contaminación del aire en entornos urbanos como la capital mexicana, São Paulo o Bogotá. En 2021 ganó la residencia de Inteligencia Artificial (IA) AI Lab, SETI x AI, con el proyecto Codex Virtualis, que plantea construir una colección sistemática de organismos híbridos generados por IA que surgirán a partir de relaciones simbióticas especulativas entre microorganismos y algoritmos. La idea del colectivo es buscar formas de explicar fenómenos complejos a través de experiencias perceptibles que faciliten su comprensión. Interspecifics se define como una colectividad nómada que experimenta en la intersección entre el arte y la ciencia. Sus principales líneas de investigación se basan en el uso del sonido para comprender la actividad bioeléctrica de diferentes consorcios bacterianos, plantas, mohos y humanos, utilizando lo que llaman “máquinas ontológicas”, es decir, una combinación de *hardware* y creatividad. El colectivo además prioriza compartir el conocimiento a través de talleres públicos, como B10S o MusicMakers HackLab, donde socializan la experiencia de sus diseños y trabajos, basados en tecnologías de código abierto. Desde su perspectiva, el acto de intercambiar conocimientos permite crear comunidades de usuarios más amplias que puedan ayudar a profundizar los aprendizajes alcanzados. Estas actividades se han realizado en países como México, Alemania, Holanda, Brasil, Chile, Ecuador, Estados Unidos y Canadá, y a la fecha cuentan con una base de datos de más de trescientos artistas e investigadores.

Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas (CRT+IC). Chile

¿Cómo potenciar el desarrollo tecnológico en las industrias creativas en la región?

Con el avance exponencial de la tecnología, ALC corre el riesgo de quedarse rezagada si no participa en su desarrollo o adaptación. En Chile nació en 2021 el Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas (CRT+IC), un proyecto liderado por la Fundación para la Revolución Tecnocreativa, conformada por Bizarro Live Entertainment, una de las principales empresas de espectáculos masivos en el país. El proyecto cuenta con el financiamiento de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), una agencia del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, y pretende impulsar el desarrollo de tecnologías de vanguardia en el país mediante la formación de talentos tecnocreativos, que propongan soluciones a problemáticas de la industria del entretenimiento, fortalezcan el capital humano y potencien la internacionalización

de las industrias creativas chilenas. La iniciativa incluye un programa de formación que ofrece talleres, seminarios y cursos para acercar el conocimiento tecnológico al sector creativo, y abre espacios para el intercambio de ideas entre ciencia, tecnología y cultura, apoyando el pilotaje y desarrollo de proyectos a través de residencias. Con el programa Astillero Creativo se espera acompañar a *startups* en el diseño de estrategias de validación comercial, entrenamiento de equipos ejecutivos y licenciamiento tecnológico. Por último, promoverán el fortalecimiento de proyectos incubados por el centro, fomentando la escalabilidad de sus iniciativas a través de la búsqueda de fondos para su financiamiento. Las tecnologías en las que se enfocarán durante la primera etapa incluyen 5G, realidades digitales (realidad virtual - realidad aumentada), inteligencia artificial, *blockchain* y el internet de las cosas. El foco está en *startups* y pymes creativas, segmentadas en música y espectáculos, audiovisual y editorial, videojuegos y realidad digital, arquitectura, diseño y ciudad. El centro además ha formalizado una alianza estratégica con la empresa Epic Games, y son el primer y único centro de entrenamiento autorizado en Chile para el Unreal Engine. Con esta estrategia buscan promover la adopción de nuevas tecnologías que generen tanto nuevos conocimientos como soluciones a necesidades reales de las industrias creativas.

4. Reflexiones finales



La pandemia sería el equivalente a la prehistoria del arte digital y aún queda mucho por descubrir.

—**Aurea Vieira**, gerenta de relaciones internacionales del Servicio Social do Comércio de São Paulo

Las innovaciones tecnológicas están modificando las maneras de crear, producir, difundir, exhibir, consumir, formar, administrar y hasta archivar, alterando las cadenas de valor de la música y las artes escénicas. La experiencia digital del sector no es un sustituto de las actividades presenciales, pero se presenta como una gran aliada para su desarrollo, ayudando a generar nuevos modelos de negocio, innovar en la forma de comunicarse con sus audiencias y hacer más eficientes sus procesos organizativos. El reto está en insertar a los profesionales de estas disciplinas artísticas en los procesos de desarrollo tecnológico y las posibilidades de monetización que ofrecen las nuevas tecnologías. A continuación se presentan algunas reflexiones sobre las posibles rutas de acción de estas industrias en el ámbito digital, así como el papel que podrían jugar de cara a la reactivación económica.

1. La música y las artes escénicas en la economía digital

1.1 Las tecnologías contribuyen a expandir la creatividad. Las nuevas posibilidades digitales están multiplicando las formas de contar historias y expandiendo las posibilidades de creación. En la virtualidad, la barrera entre el público y la escena se difumina, lo que abre un nuevo camino de exploración artística cuyas experiencias serán cada vez más interactivas.

1.2 La experiencia digital permite abrir nuevas fuentes de ingreso. La oferta de contenidos digitales ayudará a complementar las estrategias financieras de la música y las artes escénicas, donde en la nueva cadena productiva el consumidor toma un papel protagónico. Las audiencias dejarán de tener un rol pasivo y participarán en procesos en los que antes no se les consideraba, particularmente en el financiamiento de iniciativas creativas. Para detonar el potencial de esta oportunidad, los profesionales musicales y escénicos necesitarán capacitarse, invertir en el desarrollo de plataformas *ad hoc* y abordar los desafíos legales y de regulación para que como creadores reciban una remuneración justa por su trabajo.

1.3 Democratizar el acceso al arte. La virtualización de la música y las artes escénicas está ampliando el acceso a manifestaciones artísticas y culturales como nunca antes en la historia. Para continuar con esta tendencia, los creadores requerirán no sólo desarrollar habilidades técnicas para seguir adaptando sus creaciones y explorar las posibilidades que ofrecen las nuevas herramientas tecnológicas, sino también asociarse con profesionales de otros sectores de las ICC y del entorno digital para lograr experiencias con una calidad semejante a la presencial.

1.4 Fomentar la capacitación y socializar los avances tecnológicos. La creatividad e imaginación de los músicos y creadores escénicos pueden potenciar las posibilidades de las nuevas herramientas digitales, llevarlas por terrenos aún sin explorar y ayudar a socializarlas, de manera que más gente las conozca y las incorpore. Invertir en iniciativas que fomenten su desarrollo y aprendizaje ayudará a potenciar la aplicación de los avances tecnológicos y a impulsar un mayor uso por parte del sector.

2. Políticas públicas para favorecer el crecimiento de la economía digital en la región

2.1 Fortalecer la infraestructura de conectividad. La región deberá priorizar la inversión en conectividad para evitar su rezago económico y social con respecto al resto del mundo.

2.2 Regular los derechos de autor y promover la distribución equitativa de las regalías. Avanzar en iniciativas que regulen los derechos de autor, y que promuevan una mayor recaudación por regalías digitales, ayudará a proteger la autoría intelectual de los creadores y a generar mayores ingresos para los músicos y artistas escénicos en la región.

2.3 Legislar para favorecer la competencia y la monetización en medios digitales. Promover leyes y normativas que favorezcan la creación y difusión de contenidos de producción nacional será fundamental para favorecer el crecimiento de una industria escénica regional que sea competitiva a nivel mundial.

2.4 Ampliar la difusión de contenidos propios. El desarrollo de plataformas de *streaming* para la transmisión de contenidos multimedia locales ofrecerá a los creadores salidas comerciales de producciones originales, y brindará a las audiencias alternativas de consumo de contenidos culturalmente diversos. No obstante, será necesario hacer frente a los desequilibrios del mercado, ya sea con el diseño de impuestos a las principales plataformas internacionales de transmisión de contenidos que estén etiquetados para la producción de contenidos locales, o mediante normativas que aseguren un porcentaje mínimo de transmisión de producciones nacionales a través de sus canales.

3. Políticas culturales para la música y las artes escénicas del siglo XXI

3.1 Asegurar el financiamiento público al sector. Los fondos gubernamentales seguirán jugando un papel central en el desarrollo de la música y las

artes escénicas en la región, por lo que será clave asegurar su existencia en los presupuestos.

3.2 Modernizar los modelos de transferencia de recursos. Los apoyos gubernamentales deben entenderse como estímulos productivos a diferentes actores de la cadena de valor de la música y las artes escénicas. Además del creador, existen otros agentes claves, como los productores, los *managers* y los desarrolladores de aplicaciones digitales, quienes requieren de capital semilla, que puede provenir de la ampliación de los recursos públicos y el fomento de la creación fondos de inversión público-privados, para fortalecer procesos de creación, producción, comercialización, difusión y circulación de productos del sector. Esto permitirá detonar el potencial económico de las artes escénicas y su desarrollo, tanto en modo presencial como virtual.

3.3 Promover una mayor participación del sector privado en el financiamiento del sector. Para reducir la dependencia respecto a los recursos públicos, se deberá promover una mayor participación del sector privado en el financiamiento de la música y las artes escénicas. Existen diferentes modelos de subsidios tributarios y beneficios fiscales para incentivar a las empresas a financiar emprendimientos relacionados con estas disciplinas. El espacio para la innovación en los instrumentos es aún grande y requiere investigación y desarrollo para legislar iniciativas que promuevan un mecenazgo acorde a la realidad actual de la región, así como promoción e incentivos suficientes para que más empresas sean conscientes de los beneficios económicos y sociales de invertir en proyectos artísticos y culturales.

3.4 Visibilizar el aporte económico de las industrias musicales y escénicas. El reconocimiento del valor económico, político y social de la música y las artes escénicas como generadoras de empleos, riqueza y valor añadido a los territorios, pasa por elaborar y difundir informes con datos que evidencien la aportación de estas industrias a la economía y a la sociedad, lo que también ayudará a detonar las inversiones público-privadas para el desarrollo del sector.

3.5 Reconocer el trabajo musical y escénico como empleo formal. Integrar a los profesionales de la música y las artes escénicas en esquemas de seguridad social, garantizar su acceso a servicios públicos de salud, o crear regímenes específicos en las cuentas de empleo o de pago de impuestos, ayudará a reducir la precariedad del sector y a reconocer el estatus del artista como parte integral del sector productivo de la sociedad.

5. Bibliografía y fuentes

- Agencia EFE. "Francia obliga a plataformas como Netflix a invertir en producciones locales". *Gestión*. Actualizado junio 28, 2021. <https://gestion.pe/economia/empresas/francia-obliga-a-plataformas-como-netflix-a-invertir-en-producciones-locales-noticia/>.
- Antoine, Cristian. "Mapa del mecenazgo cultural en América Latina". *Revista de humanidades*. núm. 21 (2010): 161-182. Universidad de Santiago de Chile. Consultado febrero 11, 2022. <https://www.redalyc.org/pdf/3212/321227216007.pdf>.
- Ayora, Víctor. "Cuántas personas juegan a Fortnite en 2021?". *As*. Publicado junio 9, 2021. https://esports.as.com/fortnite/Cuantas-personas-juegan-Fortnite-2021_0_1472252762.html.
- Banco Interamericano de Desarrollo. *Visión 2025. Reinvertir en las Américas: Una década de oportunidades*. Washington, D.C.: BID, 2021.
- Banco Mundial. "Personas que usan Internet (% de la población)". Consultado mayo 10, 2021. https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?name_desc=false.
- Balan, Diego. "XAVE: el mercado de NFT para los artistas Latinoamericanos". *Creativity Culture Capital*. Consultado el 15 de enero de 2022. <https://www.creativityculturecapital.org/es/2021/09/13/xave-el-mercado-de-nft-para-los-artistas-latinoamericanos/>.
- Brindley, Paul. "Panorama Digital: la Industria Post Pandemia". Filmado en noviembre 12, 2020, en Circulart, Medellín, Colombia. Video, 2:12:10. <https://youtu.be/P8abUhLPZpo?t=7984>.
- García Canclini, Nestor. "Debate 22: políticas culturales México Brasil". Filmado el 8 de febrero de 2022, en Ciudad de México, México. Video, 7:46. <https://youtu.be/spOzgHEjpmk?t=466>.
- Cáseres Huerta, Sara. "Kings of Leon será la primera banda en lanzar un álbum en formato NFT: 'When You See Yourself'". *Rolling Stone México*. Publicado marzo 4, 2021. <https://rollingstone.com.mx/kings-of-leon-lanza-album-nft/>.
- Castañeda-Rivera, Erika y Bianca Garduño-Bello. "Mapa de las industrias creativas en México. Proyección para CENTRO". *Economía Creativa*. Núm 07 (2020): 118-166. Consultado mayo 15, 2021. <https://static1.square-space.com/static/5c96759a755be272d50c6b0f/t/5dc058bd35c2700065de0a6f/1572886721180/CNC+Mapa+de+las+industrias+creativas+en+M%C3%A9xico.+Proyecci%C3%B3n+para+CENTRO+.pdf>.
- Centre National de la Musique. "Le CNM évalue l'impact d'un changement éventuel de mode de rémunération par les plateformes de streaming". Publicado enero 27, 2021. <https://cnm.fr/le-cnm-evalue-limpact-dun-changement-eventuel-de-mode-de-remuneration-par-les-plateformes-de-streaming/>.
- Cihak, Lenon. "Deadmau5 reveals 'Oberhasli' VR Game". *EDM*. Publicado agosto 25, 2021. <https://edm.com/lifestyle/deadmau5-reveals-oberhasli-core-vr-game>.
- Chirinos, Carlos. "Arte y Sociedad: El Papel de los Artistas en una Emergencia de Salud". Filmado en abril 21, 2020, en Circulart. Video, 8:30. <https://www.youtube.com/watch?v=3uKJym55qU8&t=503s>.
- Christie's. "Beeple. The First 5000 days". Actualizado marzo marzo 11, 2021. <https://onlineonly.christies.com/s/beeple-first-5000-days/beeple-b-1981-1/112924>.
- Cifuentes Gómez, Diana. "Los retos en la medición del empleo cultural en América Latina". *Observatorio de Cultura y Economía*. Consultado en marzo 30, 2021. https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/empleo_cultural-1.pdf.
- Cocrea. "Glosario de Preguntas". Consultado marzo 15, 2021. <https://cocrea.com.co/preguntas>.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). "América Latina (17 países): gasto en actividades recreativas, culturales y religión del gobierno central, 2018 (En porcentajes del PIB)". Consultado marzo 15, 2021. <https://observatoriosocial.cepal.org/inversion/es/grafico/america-latina-17-paises-gasto-actividades-recreativas-culturales-religion-gobierno-0>.

- 62 Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC). "COVID-19: Crisis, Resilience, Recovery. CISAC Global Collections Report 2020". Consultado junio 20, 2021. <https://www.cisac.org/services/reports-and-research>.
- Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC). "Informe recaudaciones mundiales 2021 (datos 2020)", CISAC. Consultado enero 20, 2022. https://www.cisac.org/sites/main/files/files/2021-10/GCR2021%20CISAC%20ES_2.pdf.
- Dubatti, Jorge. "Convivio y Tecnovivo: el Teatro entre Infancia y Babelismo". *Revista Colombiana de las Artes Escénicas*. Núm. 9 (2015): 44-54. http://artescenicasscaldas.edu.co/downloads/artescenicass9_5.pdf.
- Dubatti, Jorge. "Entre el convivio y el tecnovivo: artes de pluralismo, convivencia y diversidad epistemológica". *Investigación Teatral. Revista de Artes Escénicas y Performatividad*. Vol. 11, Núm. 18. Universidad Veracruzana, México. Consultado marzo 15, 2021. <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2649/4605>.
- Ellis, Adrian; Daniel Payne, Harry Fisher-Jones, Eric Gershman, Natalia Vartapetova y Danielle Benedetti. "Navigating Uncertain Times: A Scenario Planning Toolkit for the Arts and Culture Sector. A scenario planning toolkit is designed to help arts organizations think through how to respond to various future conditions". Wallace Foundation. Consultado febrero 10, 2021. <https://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/pages/navigating-uncertain-times-a-scenario-planning-toolkit-for-arts-culture-sector.aspx>.
- Epic Games. "Repaso del año de la Epic Games Store". Publicado enero 26, 2021. <https://www.epicgames.com/store/es-ES/news/epic-games-store-2020-year-in-review?lang=es-ES>.
- Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI). "Global Music Report 2021". Consultado febrero 10, 2021. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf.
- Fernández de Lara, Carlos. "Netflix suma en promedio 100 mil suscriptores al día durante pandemia; 37 millones en 2020". *Forbes México*. Publicado enero 19, 2021. <https://www.forbes.com.mx/tecnologia-netflix-ya-suma-200-millones-de-usuarios-37-millones-se-sumaron-en-ano-de-pandemia/#:~:text=6%3A19%20pm-,Netflix%20suma%20en%20promedio%20100%20mil%20suscriptores%20al%20d%C3%ADa%20durante,usuarios%20en%20un%20solo%20trimestre>.
- Fonseca, Ana Carla; Melo, David; Avogadro, Enrique; Mujica, Felipe; Frick, María; García Holley, María; Moreno, Magdalena; Delgado, Mariana; Rodríguez, Omaira; Rosello, Pablo; Lobos, Sofía; Zaldívar, Trinidad; Grazzi, Matteo; Luzardo, Alejandra; Ruy, Andrea; Prada, Eliana; Sasso, Simone. "La pandemia pone a prueba a la economía creativa: Ideas y recomendaciones de una red de expertos". Banco Interamericano de Desarrollo. Consultado enero 20, 2021. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-pandemia-pone-a-prueba-a-la-economia-creativa-Ideas-y-recomendaciones-de-una-red-de-expertos.pdf>.
- García Zaballos, Antonio; Iglesias Rodríguez, Enrique. "Economía digital en América Latina y el Caribe. Situación actual y recomendaciones". *Banco Interamericano de Desarrollo* (2017). Consultado enero 20, 2021. <https://publications.iadb.org/es/economia-digital-en-america-latina-y-el-caribe-situacion-actual-y-recomendaciones>.
- García, Juan Carlos. "Live Nation ve en el streaming su mina de oro". *Periódico Reforma*. Publicado mayo 26, 2021. https://www.reforma.com/live-nation-ve-en-el-streaming-su-mina-de-oro/ar2190407?__rval=1.
- Gensler, Andy. "2020*, A Year Forever Qualified", *Pollstar*. Consultado mayo 25, 2021. <https://www.pollstar.com/article/a-year-forever-qualified-146993>.
- Kastrenakes, Jacob. "Grimes sold \$6 million worth of digital art as NFTs." *The Verge*. Publicado marzo 1, 2021. <https://www.theverge.com/2021/3/1/22308075/grimes-nft-6-million-sales-nifty-gateway-warnymph>.
- Instituto Municipal de Cultura y Arte de Hermosillo. "Rompiendo paradigmas: Festivales culturales ante el distanciamiento social". Facebook, noviembre 18, 2020. Hermosillo, Sonora, México. <https://www.facebook.com/346828295414237/videos/1334282186919984>.
- Jones, Rhian. "Songwriters fight to be heard in streaming revenues debate". *The Guardian*. Publicado febrero 12, 2021. <https://www.theguardian.com/music/2021/feb/12/songwriters-fight-to-be-heard-in-streaming-revenues-debate>.
- Joven, Jason. "Music "Trigger Cities" in Latin America & South/Southeast Asia (Part 1)". *Chartmetric*. Publicado mayo 28, 2019. <https://blog.chartmetric.com/music-trigger-cities-in-latin-america-south-southeast-asia-part-1/>.
- KEA European Affairs. *The impact of the COVID19 pandemic on the Cultural and Creative Sector*. Publicado noviembre, 2020. https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf.

- 63 Koch, T. "El Parlamento europeo obliga a Netflix y a las televisiones a ofrecer un mínimo del 30% de producción europea". *El País*. Publicado octubre 3, 2018. https://elpais.com/cultura/2018/10/02/actualidad/1538480515_585030.html.
- La Jornada. "Propuesta mexicana de teatro digital gana concurso mundial de innovación tecnológica". *La Jornada*. Publicado diciembre 21, 2020. <https://www.jornada.com.mx/notas/2020/12/21/cultura/propuesta-mexicana-de-teatro-digital-gana-concurso-mundial-de-innovacion-tecnologica/>.
- Luzardo, Alejandra; de Jesús, Dyanis; y Pérez Kenderish, Michelle. "Economía Naranja: Innovaciones y Tendencias en las Industrias Creativas de América Latina y El Caribe". Banco Interamericano de Desarrollo. Consultado enero 30, 2021. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>.
- Luzardo, Alejandra; Funes, Gerardo. "Emprendimientos Tecnocreativos, Creatividad y Tecnología, ¿aliados o enemigos?". *BID, IDB LAB* (2019). Consultado enero 29, 2021. <https://publications.iadb.org/es/emprendimientos-tecnocreativos-creatividad-y-tecnologia-aliados-o-enemigos>.
- Luzardo, Alejandra; Rodríguez Oliva, Lázaro. "Economía Creativa en América Latina. Mediciones y Desafíos". Banco Interamericano de Desarrollo (2018). Consultado enero 29, 2021. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-creativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Mediciones-y-desaf%C3%ADos.pdf>.
- Majlis, Martina; Ruy, Andrea. "Unidos por la Reactivación de las Industrias Creativas y Culturales". En blogs del Banco Interamericano de Desarrollo. Publicado septiembre 23, 2020. <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/unidos-por-la-reactivacion-de-las-industrias-creativas-y-culturales/>.
- Ministerio de Cultura de la Argentina. "Medidas para el sector de la cultura ante el COVID-19". Publicado abril 15, 2020. <https://www.cultura.gob.ar/medidas-en-el-sector-cultural-ante-el-covid-19-8932/>.
- Ministerio de Cultura – República de Colombia. *Diagnóstico Cultural de Colombia. Hacia la construcción del Índice de Desarrollo Cultural*. Ministerio de Cultura – República de Colombia (2013). https://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/L_DiagnosticoDlloCultural_2013.pdf.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador. "Nueve respiradores reparados fueron entregados al Hospital de la Policía Nacional, gracias al trabajo de biomédicos voluntarios". Gobierno de Ecuador. Publicado mayo 23, 2020. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/nueve-respiradores-reparados-fueron-entregados-al-hospital-de-la-policia-nacional-gracias-al-trabajo-de-biomedicos-voluntarios/>.
- Montes, Lidia. "Cuántas reproducciones necesita un músico para ganar 1 euro en Spotify, Apple Music, Amazon y más". *Business Insider*. Publicado septiembre 15, 2019. <https://www.businessinsider.es/cuantas-reproducciones-spotify-necesitan-ganar-1-euro-491653>.
- Music Ally. "Play and Plays: the story of the UK's Parliamentary Inquiry into music streaming economics". Publicado julio 15, 2021. <https://musically.com/wp-content/uploads/2021/07/MusicAlly-PlaysAndPay.pdf>.
- Music Ally. "Labels under fire as UK streaming inquiry report calls for 'complete reset' of market". Publicado julio 15, 2021. <https://musically.com/2021/07/15/labels-under-fire-uk-streaminginquiry-report/>.
- Music Ally. "The Trends Report: looking ahead to 2022". Issue 434. Publicado enero 14, 2022. <https://musically.com/2021/11/15/live-music-back-livestreaming-here-to-stay/>.
- Noelle-Smith, Hanna. "World's First Ballet NFTs Starring Natalia Osipova Dance to Success at Bonhams Encore Sale". Bonhams. Consultado febrero 22, 2022. https://www.bonhams.com/press_release/33503/.
- Nurse, Michelle. "CDB allocates US\$100,000 for COVID-19 Emergency Relief Grants for Cultural, Creative Industries". *Caricom Today*. Publicado abril 25, 2020. <https://today.caricom.org/2020/04/20/cdb-allocates-us100000-for-covid-19-emergency-relief-grants-for-cultural-creative-industries/>.
- Observatorio Digital de la Música Chilena. "Iniciativas Similares al Observatorio Digital De La Música Chilena En El Mundo; un estudio comparativo". Consultado febrero 15, 2021. <https://www.api.odmc.cl/Benchmark.pdf>.
- Ochoa, Carlos. "Cómo llevar a cabo una investigación online de éxito en América Latina. Netquest". *Netquest*. Consultado febrero 16, 2021. <https://www.netquest.com/como-realizar-investigacion-online-en-latam>.

- 64 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "Culture and Covid-19: Impact and Response Tracker. Edición Especial". Consultado febrero 20, 2021. https://en.unesco.org/sites/default/files/special_issue_en_culture_covid-19_tracker.pdf.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "Culture and Covid-19: Impact and Response Tracker. Núm 2". Consultado febrero 20, 2021. https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_2_en_culture_covid-19_tracker-4.pdf.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "Culture and Covid-19: Impact and Response Tracker. Núm 3". Consultado febrero 20, 2021. https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_3_en_culture_covid-19_tracker-5.pdf.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "Culture and Covid-19: Impact and Response Tracker. Núm 4". Consultado febrero 20, 2021. https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_4_en_culture_covid-19_tracker-8.pdf.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "Culture and Covid-19: Impact and Response Tracker. Núm 7". Consultado febrero 20, 2021. https://en.unesco.org/sites/default/files/issue_7_en_culture_covid-19_tracker-5.pdf.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "Indicadores Cultura | 2030". Consultado febrero 20, 2021. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570/PDF/373570spa.pdf.multi>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). "¿Porqué la economía creativa en 2021?". Consultado en mayo 11, 2021. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>.
- Organización Mundial del Trabajo (OMT). "Turismo Cultural y Covid-19". Consultado marzo 19, 2021. <https://www.unwto.org/es/turismo-cultural-covid-19>.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). "Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors". Publicado septiembre 7, 2020. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/>.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). "Aprovechar al máximo la tecnología para el aprendizaje y la formación en América Latina". París: OCDE, 2020. Consultado enero 10, 2021. https://www.oecd.org/skills/centre-for-skills/Aprovechar_al_m%C3%A1ximo_la_tecnolog%C3%ADa_para_el_aprendizaje_y_la_formaci%C3%B3n_en_Am%C3%A9rica_Latina.pdf.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). "Cultural participation and local resilience: Strategies for the recovery. Policy webinar series". Realizado diciembre 1 a 3, 2020. Consultado en marzo 15, 2021. <http://www.oecd.org/cfe/leed/NEXT-TO-FINAL-AGENDA-OECD-EC-Webinar-1-3-%20December-cultural-participation.pdf>.
- Osorio, Camila; Montes, Rocío. "Crónica del contagio masivo que dejó dos muertos en una compañía de teatro chilena". *El País*. Publicado abril 13, 2021. <https://elpais.com/cultura/2021-04-14/cronica-del-contagio-masivo-que-dejo-dos-muertos-y-afecto-a-casi-todos-los-actores-en-una-compania-de-teatro-chilena.html>.
- Palma, Tamy. "El auge de las industrias creativas en cuatro sectores clave". Consultado marzo 21, 2021. <http://www.crechi.cl/el-auge-de-las-industrias-creativas-en-cuatro-sectores-clave/>.
- Paulson, Michael; Harris, Elizabeth A.; Bowley, Graham. "One Lost Weekend". *The New York Times*. Publicado septiembre 23, 2020. [nytimes.com/interactive/2020/09/24/arts/new-york-fall-arts-economy.html](https://www.nytimes.com/interactive/2020/09/24/arts/new-york-fall-arts-economy.html).
- Piedras, Ernesto. "Economía creativa para un desarrollo sustentable". Filmado mayo 13, 2021, en *Hermosillo Dialoga*, Sonora, México. Video, 23:20. <https://hermosillogialoga.com/economia-creativa-para-un-desarrollo-sustentable/>.
- Piñón, Álda. "El cine y redes sociales lideran el consumo cultural en México; museos, teatro y conciertos en línea entre lo menos atractivo". *El Universal*. Publicado febrero 4, 2021. https://www.eluniversal.com.mx/cultura/el-cine-y-redes-sociales-lideran-el-consumo-cultural-en-mexico?fbclid=IwAR0qNgbvX16mgieOn8CGqBcs0_MWxsCWWQVc-7vMswytWxqwUr_Rz97qIU.
- Radiónica. "¿Pueden volver los conciertos? Un estudio del Primavera Sound lo confirma". *Radiónica*. Publicado enero 18, 2021. <https://www.radionica.rocks/musica-internacional/primavera-sound-retorno-conciertos>.
- Radiónica. "Comenzó la era de los conciertos con distanciamiento social". *Radiónica*. Publicado agosto 13, 2020. <https://www.radionica.rocks/musica-internacional/concierto-distanciamiento-social>.

- 65 Revista Forum. "Aprovada "Lei Aldir Blanc", que destina R\$ 3,6 bilhões da União a trabalhadores da Cultura de todo o país". *Revista Forum*. Publicado mayo 26, 2020. <https://revistaforum.com.br/cultura/aprovada-lei-aldir-blanc-que-destina-r-36-bilhoes-da-uniao-a-trabalhadores-da-cultura-de-todo-o-pais/#>.
- Rivas, Dani. "Opinião: Big Techs são Milícias Digitais". *Consultoria e Pesquisa em Gestão Cultural*. Publicado diciembre 23, 2020. <http://sonarcultural.com.br/opiniao-big-techs-sao-milicias-digitais/>.
- Rivas, Dani. "Spotify, Soundcloud y cómo funciona el pago en plataformas de Streaming". *Tenho Mais Discos Que Amigos!*. Publicado marzo 24, 2021. https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2021/03/24/spotify-soundcloud-pagamento-streaming/?fbclid=IwAR3UOammNx2tzbdudo_tnmv3hJOInQxrDFGSEc18qSS6BkDKoiFXnmntjh4.
- Rockhill, Tom. "To engage remote audiences, AR is more vital than ever". *Digital Arts*. Publicado abril 6, 2020. <https://www.digitalartsonline.co.uk/features/hacking-maker/engage-remote-audiences-ar-is-more-vital-than-ever/>.
- Savage, Mark. "How Popstar Zara Larsson made a seven-figure sum on Roblox". BBC. Publicado noviembre 5, 2021. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-59163449>.
- Schraier, Gustavo. "Una Mirada Sobre el Teatro y las Nuevas Tecnologías". Consultado marzo 25, 2021. <https://www.gustavoschraier.com.ar/publicaciones/23/una-mirada-sobre-el-teatro-y-las-nuevas-tecnolog%C3%ADas/>.
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. "Qué es EFIARTES". Consultado febrero 17, 2021. <https://www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx/es/efiscales/efiartes>.
- Serrano, Alejandra. "Reflexiones pandémicas desde el teatro independiente". *Investigación Teatral. Revista de Artes Escénicas y Performatividad*. Vol. 11, Núm. 18 (2020). <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2649/4605>.
- Shafer, Ellise. "More than a game, Minecraft Music Festival is a Blockbuster". *Variety*. Publicado mayo 13, 2020. <https://variety.com/2020/music/news/all-about-minecraft-music-festivals-1234598970/>.
- Shapiro, Shain. "We Don't Just Need A Review Of Music Streaming: We Need A Review Of The Entire Music Ecosystem". *Forbes*. Publicado enero 20, 2021. <https://www.forbes.com/sites/shainshapiro/2021/01/20/we-dont-just-need-a-review-of-music-streaming-we-need-a-review-of-the-entire-music-ecosystem/?sh=19995c9b2c1e>.
- Stassen, Murray. "With \$7.5M in funding to date, "Social Metaverse" Platform Stageverse launches with virtual muse concerts". *Music Business Worldwide*. Publicado septiembre 20, 2021. <https://www.musicbusinessworldwide.com/with-7-5m-in-funding-to-date-social-metaverse-platform-stageverse-launches-with-virtual-muse-concert/>.
- Statt, Nick. "Fortnite's Marshmello concert was a bizarre and exciting glimpse of the future". *The Verge*. Publicado febrero 2, 2019. <https://www.theverge.com/2019/2/2/18208223/fortnite-epic-games-marshmello-concert-exciting-bizarre-future-music>.
- Sotres, Cecilia. "Cabareteando ando en pandemia". *Investigación Teatral. Revista de Artes Escénicas y Performatividad*. Vol. 11, Núm. 18 (2020). <https://investigacionteatral.uv.mx/index.php/investigacionteatral/article/view/2649/4605>.
- Sound Diplomacy, ProColombia. "Music is the New Gastronomy: White Paper on Music and Tourism – Your Guide to Connecting Music and Tourism, and Making the Most Out of It". Consultado febrero 17, 2021. <https://www.sounddiplomacy.com/our-insights/music-tourism-white-paper>.
- Stassen, Murray. "Ticketmaster launches global livestream ticketing service". *Music Business Worldwide*. Publicado febrero 10, 2021. <https://www.musicbusinessworldwide.com/ticketmaster-launches-global-ticketmaster-livestream-service/>.
- Triguboff Matías, et. al, "Evaluación del impacto del COVID-19 en las Industrias Culturales y Creativas. Una iniciativa conjunta de MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB Y OEI". París: UNESCO Publishing, 2021. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380185>.
- UK Music. "Music by Numbers 2020". Consultado febrero 22, 2021. <https://www.ukmusic.org/wp-content/uploads/2020/11/Music-by-Numbers-2020.pdf>.
- Valencia, Rufo. "Netflix y Amazon deberán financiar producción de contenidos canadienses". *Radio Canadá. Internacional*. Publicado noviembre 4, 2020. <https://www.rcinet.ca/es/2020/11/04/netflix-y-amazon-deberan-financiar-produccion-de-contenidos-canadienses/>.
- Webster, Andrew. "Ariana Grande's Fortnite tour was a moment years in the making". *The Verge*. Publicado agosto 9, 2021. <https://www.theverge.com/2021/8/9/22616664/ariana-grande-fortnite-rift-tour-worldbuilding-storytelling>.

Webster, Andrew. "Travis Scott first Fortnite concert was surreal and spectacular". *The Verge*. Publicado abril 23, 2020. <https://www.theverge.com/2020/4/23/21233637/travis-scott-fortnite-concert-astronomical-live-report>.

Yang, Lisa; Mubayi, Piyush; Terry, Heath P.; Bellini, Heather. "Music in the air 2020 Report". *The Goldman Sachs Group, Inc* (2020). <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/infographics/music-in-the-air-2020/report.pdf>.

Zapata, Pepe. "Transformación de las Artes Escénicas en la Era Digital". *Anuario AC/E de Cultura Digital* (2016): 54-72. Consultado marzo de 2021. https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2016/Publi/anuario2016/4_transformacionArtesescenicas.pdf.

Entrevistas

Alcaraz, María Victoria (directora general del Teatro Colón de Buenos Aires). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Arbeláez, Octavio (director del Festival Internacional de Teatro de Manizales). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Barros, Félix (CEO de Evento Medido). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Barrow, Marielle (coordinadora del Fondo para las Industrias Creativas en el Banco de Desarrollo del Caribe). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Carnicero, Óscar (director de La Teatrería). En entrevista con Pablo Solís Vega. Febrero de 2021.

Clériga, Luis (Fundador de OTONO-Otoño en Hiroshima). En entrevista con Pablo Solís Vega, febrero de 2021.

Codicimo, Jorge (coordinador general de comunicación institucional del Teatro Colón de Buenos Aires). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Cortés, Malitzin (artista audiovisual y música experimental, especialista en *live coding*). En entrevista con Pablo Solís Vega. Agosto de 2021.

Dañoibeitia, Cristóbal (presidente del Observatorio Digital de la Música Chilena). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Dookiesingh, Vashtie (especialista sénior de operaciones financieras privadas en el Banco Interamericano de Desarrollo). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Furtado, Flavia (directora del Festival Amazonas de Ópera). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Galindo, Analida y Marlyn Attie de Mizrachi (codirectoras de la Fundación Espacio Creativo). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Garrido, Rodrigo (CEO de Hoppia). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Gil, Carmen (profesora del Departamento de Artes de la Universidad de los Andes y curadora de Voltaje: Salón de Arte y Tecnología). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Guardia Crespo, Marcelo (comunicador social de la Universidad Católica de Bolivia). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo 2021.

Knust, Oliver (director de Chilemúsica). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Lara, Marcelo (CEO de Pro Indie Music). En entrevista con Pablo Solís Vega. Junio de 2021.

Lira, Ricardo (director ejecutivo de CRT+IC. Centro para la Revolución Tecnológica en Industrias Creativas). En entrevista con Pablo Solís Vega. Mayo de 2021.

Machicao, Marko (consultor independiente). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Maya Segovia, Patricia (líder del área de Circulación Cultural en la Secretaría de Cultura de la Alcaldía de Cali). En entrevista con Eliana Prada y Julián Cortés. Febrero de 2021.

Olarte, Salomé (Gerenta de música del Instituto Distrital de las Artes de Bogotá). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Ovsejevich, Andy (presidente ejecutivo de Ciudad Cultural Konex). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Parias, María Claudia (presidenta ejecutiva de la Fundación Nacional Batuta). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Pazmiño, Fabiola (coordinadora de producción de la Fundación Teatro Nacional Sucre). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Ribas, Daniela (experta en recolección de datos). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

67 Rodríguez, Ana (socia de la agencia Música Relatable). En entrevista con Pablo Solís Vega. Febrero de 2021.

Romero Quero, Carmen (directora general de la Fundación Internacional Teatro a Mil). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Small, Rodney (coordinador de industrias creativas del Ministerio de Cultura de San Vicente y las Granadinas). En entrevista con Pablo Solís Vega. Marzo de 2021.

Vieira, Aurea (gerenta de relaciones internacionales del Servicio Social do Comércio de São Paulo). En entrevista con Pablo Solís Vega. Febrero de 2021.

Estudio cuantitativo para esta publicación

Aura/SIMO. "Estudio cuantitativo para la serie *Arte, cultura y nuevas tecnologías en América Latina y el Caribe*". Ciudad de México: 2021.

6. Glosario

A

Artes escénicas

Manifestaciones artísticas destinadas a representarse sobre un escenario. Incluyen disciplinas como la música, el teatro, la danza, el circo, la ópera y la multidisciplina.

Autoconcierto

Presentaciones artísticas a las que la audiencia accede en sus automóviles y se queda al interior de ellos para apreciar el espectáculo.

B

Blockchain

Cadena de bloques que facilita el registro de transacciones u operaciones relacionadas con un elemento digital.

Bono de emergencia

Incentivo económico que ofrecen los gobiernos como parte de sus planes de asistencia en casos de emergencia.

C

Cuenta Satélite de Cultura

Herramienta estadística que permite medir el aporte al PIB del sector cultural a través de la suma de todas las actividades que lo integran.

D

Derechos de autor

Normas y principios jurídicos que determinan los derechos de los creadores sobre sus obras.

Derechos de ejecución pública

Término jurídico que define la autorización del autor para interpretar o ejecutar una obra públicamente.

E

Espacio virtual inmersivo (EVI)

Espacios tridimensionales en 360 grados que simulan realidades virtuales donde diversos usuarios pueden interactuar sin contar necesariamente con un casco o lentes de realidad virtual.

Espacios escénicos

Lugares donde se llevan a cabo presentaciones escénicas. Pueden ser espacios abiertos o cerrados.

Estímulos fiscales

Instrumentos que utilizan los gobiernos para impulsar actividades o sectores productivos, a través de reducciones o exenciones de pago en algunas contribuciones fiscales.

Experiencia digital

Interacción que ocurre entre el usuario y los medios digitales.

F

Full HD

Término para referirse a la resolución de imagen que suele ser de 1920 x 1080 píxeles.

I

Inteligencia artificial

Combinación de algoritmos que simulan los procesos de inteligencia humana realizados por máquinas.

L

Licensing / licenciamiento

Facultad o permiso mediante el cual se autoriza el uso o explotación de una obra protegida con derecho de autor.

69 **Long tail**

Estrategia de *marketing* que consiste en dejar un producto en el mercado por más tiempo para que alcance una posición significativa. En internet hace referencia al efecto que pueda tener dejar el material disponible en la red para que más gente lo vea a lo largo del tiempo.

M

Mapping

Técnica audiovisual que utiliza la proyección de videos sobre superficies en las cuales se despliegan animaciones o imágenes en movimiento con efectos artísticos.

Market Centric Payment System (MCPS)

Modelo de distribución de ingresos en plataformas de *streaming* que tiene como punto de partida la participación que se tiene en el mercado. El cálculo es una proporción del número de reproducciones totales por artista en proporción al tamaño del mercado y se paga a quienes más tengan reproducciones en la plataforma (ver *User Centric Payment System - UCPS*).

Mecenazgo

Protección o ayuda brindada a una actividad cultural, artística o científica. En el ámbito artístico, se refiere a la acción de financiar artistas o proyectos para el desarrollo de trabajo creativo.

Metadatos

Información descriptiva sobre un conjunto de datos con la finalidad de interpretarlos, identificarlos, procesarlos y preservarlos. Son datos de los datos que describen el contenido informativo de un objeto o recurso.

Multimedia

Combinación de elementos de texto, imágenes, animación y sonido para crear contenido.

N

Non fungible token (NFT)

Elementos comercializados en ambientes digitales de carácter criptográfico único e irreplicable, relacionado con tecnología *blockchain*.

O

Over-The-Top (OTT)

Hace referencia a los servicios de libre transmisión o servicio OTT, el cual consiste en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de internet

sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido.

P

Pantalla LED

Dispositivo electrónico que se ilumina con diodos led para proyectar contenido multimedia.

Parallax

Efecto visual que simula el desplazamiento del fondo y los contenidos a distinta velocidad.

Plataforma de contenidos

Sitio o portal en línea cuya finalidad es transmitir, difundir o almacenar contenidos multimedia.

R

Realidad aumentada (RA)

Recurso tecnológico que permite superponer imágenes en entornos reales, logrando transmitir una mezcla de elementos virtuales y reales.

Realidad extendida (RE)

Hace referencia a la combinación de tecnologías que permiten una interacción de los entornos reales y virtuales.

Realidad mixta (RM)

Tecnología inmersiva que combina elementos de realidad virtual y realidad aumentada.

Realidad virtual (RV)

Recurso tecnológico que genera un espacio inmersivo de escenas o lugares simulados.

Regalías

Término que hace referencia a la retribución monetaria que recibe el propietario de un derecho cuando alguien más hace uso de éste.

Rider técnico

Documento que señala las especificaciones técnicas que se requieren para llevar a cabo una presentación escénica.

S

Streaming

Tecnología multimedia que permite la visualización de contenidos grabados o en vivo a través de plataformas digitales.

T**Tecnologías inmersivas**

Conjunto de herramientas que intentan simular entornos reales.

Tecnovivio

Término que hace referencia a la interacción del público con una puesta en escena a través de un medio digital.

Tiquetera

Empresa que se dedica a la venta de entradas o boletos para eventos de distinta índole.

Transmedia

Estrategia narrativa mediante la cual se fracciona un contenido para difundirlo en distintos medios.

Triggering Cities

Término que hace referencia a las ciudades donde se transmiten y consumen gran cantidad de contenidos musicales vía *streaming* o en línea, lo que produce efectos multiplicadores en los algoritmos usados por

las plataformas, ayudando a que esos contenidos sean conocidos por un mayor número de personas.

U**User Centric Payment Systems - UCPS**

Modelo de distribución de ingresos en plataformas de *streaming* que tiene como punto de partida la participación de los usuarios en las transmisiones. En contraposición a *Market Centric Payment Systems* (MCPS), los ingresos se distribuyen según la escucha real de los usuarios.

V**Video 360**

Formato de video que permite una vista panorámica desde cualquier punto, en 360 grados.

Video bajo demanda (VOD)

Servicio OTT de transmisión de contenidos, en el cual se permite a los usuarios elegir en cualquier momento entre diferentes videos ofertados en una plataforma.

7. Tabla de proyectos discutidos en la publicación

Compañía / proyecto	País	Tipo de proyecto	Páginas
Amazon music	Estados Unidos	Plataforma de <i>streaming</i>	40
Anti Status Quo	Brasil	Compañía de teatro	43
Apple Music	Estados Unidos	Plataforma de <i>streaming</i>	24, 40
Aquí Cultura	Costa Rica	Plataforma de contenidos digitales	11
Asociación Mexicana de Productores Fonográficos (AMPROFON)	México	Organismo gremial	18
Banco de Desarrollo del Caribe (CDB)	Caribe	Organismo internacional	12
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Internacional	Organismo internacional	4, 33, 41
Biblioteca Nacional Eugenio Espejo	Ecuador	Biblioteca	20
Bizarro Lab	Chile	Aceleradora	13, 20, 55
Boletia	México	Empresa digital que ofrece servicios para venta de boletos en línea	34
Circularart	Colombia	Encuentro de música	35
Ciudad Cultural Konex	Argentina	Espacio escénico	27, 31
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)	Internacional	Organismo internacional	9, 10
Compartir Cultura	Argentina	Plataforma de contenidos digitales	11
Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC)	Internacional	ONG Internacional	41

Compañía / proyecto	País	Tipo de proyecto	Páginas
Contigo en la Distancia	México	Plataforma de contenidos digitales	11
Corporación Colombia Crea Talento (COCREA)	Colombia	Programa gubernamental de estímulos fiscales a las industrias creativas	14
Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)	Chile	Entidad gubernamental	13, 55
Critical Switch	México	Red social	34
Cultura en Casa	Uruguay	Plataforma de contenidos digitales	11
Deezer	Francia	Plataforma de <i>streaming</i>	24
<i>Despierta Elena</i>	Chile	Obra de teatro digital	31
<i>El lago de los cisnes</i>	Argentina	Obra de teatro digital	27
Epic Games	Estados Unidos	Empresa de videojuegos	56
Escuela de Espectadores	Colombia	Iniciativa educativa	28
Estímulos Fiscales a las Artes (EFIARTES)	México	Programa gubernamental de estímulos fiscales a las industrias creativas	14
Evento Medido / Fanear	Chile	Empresa digital	34
Federación Internacional de la Industria Fonotabla (IFPI)	Internacional	ONG internacional	38
Festival Amazonas de Ópera	Brasil	Festival	18, 19
Festival Internacional de Teatro de Manizales	Colombia	Festival	27, 33, 44, 45
Festival Internacional Santiago a Mil	Chile	Fundación	32, 35, 48
FIMPRO	México	Encuentro de música	35
<i>Fortnite</i>	Estados Unidos	Videojuego inmersivo	46
Fundación Espacio Creativo	Panamá	Fundación	28, 33
Fundación Nacional Batuta	Colombia	Fundación	18, 32
Fundación Teatro Nacional Sucre	Ecuador	Entidad gubernamental	29, 44
GigWell	Estados Unidos	Empresa digital	34

Compañía / proyecto	País	Tipo de proyecto	Páginas
Impulso Cultura	Ecuador	Plataforma de contenidos digitales	12
<i>Infinitos</i>	Colombia	Obra escénica digital	44
Instituto Nacional de la Música (INAMU)	Argentina	Entidad gubernamental	11
Interspecifics	México	Compañía artística	54, 55
<i>JuntosEseparados</i> (Anti Status Quo)	Brasil	Obra escénica digital	43
La Teatrería	México	Espacio escénico	28, 31
Landscape Artes Escénicas	México	Compañía de teatro	43
Las Reinas Chulas	México	Compañía de teatro	44
Ley Aldir Blanc	Brasil	Ley que otorga una ayuda de emergencia a profesionales de las artes en Brasil	12
<i>Linderos del Horizonte Dramafónicos</i>	Colombia	Obra escénica digital	44
<i>Loop espejos del tiempo TCRV</i>	México	Obra escénica digital	43
<i>Mía sobre ella misma</i> (Deca Teatro)	Colombia	Obra escénica digital	44
Music By Numbers	Reino Unido	Centro de investigación	13
Music Tech Association Chile (MUSTACH)	Chile	ONG	13
Música México Covid-19	México	Fondo privado para otorgar ayudas monetarias a profesionales de la industria de la música	17, 18
Música Relatable	México	Empresa / consultora	18, 39
Netflix	Estados Unidos	Plataforma de VOD	37, 38, 51
Non Fungible Token (NFT)	Estados Unidos	<i>Blockchain</i>	42
Observatorio Digital de la Música Chilena (ODMC)	Chile	ONG	13
Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)	Internacional	Organismo internacional	33

Compañía / proyecto	País	Tipo de proyecto	Páginas
Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	Internacional	Organismo internacional	33
Overture Plus	Estados Unidos	Empresa digital	34
Patreon	Estados Unidos	Plataforma digital	38, 39
PortalDisc App	Chile	Plataforma de <i>streaming</i>	52
Pro Indie Music	México	Empresa digital	53
Red de Asociaciones Musicales de Chile (RAM)	Chile	ONG	19
Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)	Internacional	Organismo internacional	33, 41
Servicio Social do Comércio de São Paulo (SESC SP)	Brasil	Institución público-privada	20, 26
SESC Digital	Brasil	Plataforma de contenidos digitales	26
SoundCloud	Estados Unidos	Plataforma de <i>streaming</i>	40
Spotify	Internacional	Plataforma de <i>streaming</i>	24, 38, 39, 40, 51, 52
Teatrix	Argentina (internacional)	Plataforma de VoD	37, 51
Teatro Colón de Buenos Aires	Argentina	Espacio escénico	19, 20, 26, 27
Teatro Colón de Bogotá	Colombia	Espacio escénico	44
Teatro de Manaos	Brasil	Espacio escénico	18
TikTok	China	Plataforma digital	38
<i>Todo lo que cabe en una VHS</i>	Brasil	Obra escénica digital	44
Twitch	Estados Unidos	Plataforma digital	38, 39
<i>Uncanny Valley</i>	Alemania	Obra escénica digital	48
Universidad de Guadalajara	México	Universidad pública	18
Ventana Internacional de las Artes	Colombia	Encuentro de artes escénicas	35
VIP-Booking	Estados Unidos	Empresa digital	34

Compañía / proyecto	País	Tipo de proyecto	Páginas
<i>Virtual Crossings</i>	Suiza y Argentina	Obra escénica digital	44
World Summit Award 2020 (WSA)	Internacional	Premio	43
YouTube	Estados Unidos	Plataforma de <i>streaming</i>	26, 27, 32, 38, 44, 48

8. Agradecimientos

La presente publicación forma parte de la serie editorial del BID, *Arte, cultura y nuevas tecnologías en América Latina y el Caribe*, la cual busca identificar el impacto de la digitalización y la adopción de tecnología en las industrias culturales y creativas en dicho espacio geográfico, así como las formas en que esto puede catalizar la innovación, la cohesión social y el cambio. Esperamos que sea una herramienta útil para entender mejor el potencial de las nuevas tecnologías para fortalecer el sector de la música y las artes escénicas en la región.

El Banco Interamericano de Desarrollo y Aura desean agradecer a las trescientas organizaciones y profesionales que amablemente aceptaron responder a la encuesta y a los diferentes actores que nos concedieron valiosas entrevistas para nutrir esta investigación; específicamente a María Victoria Alcaraz, Octavio Arbeláez, Marlyn Attie de Mizrachi, Félix Barros, Marielle Barrow Maignan, Óscar Carnicero, Luis Clériga, Jorge Codicimo, Malitzin Cortés, Cristóbal Dañobeitia, Vashtie Dookiesingh, Flavia Furtado, Analida Galindo, Rodrigo Garrido, Carmen Gil Vrijolik, Marcelo Guardia Crespo, Oliver Knust, Marcelo Lara, Ricardo Lira, Marko Machicao, Patricia Maya Segovia, Salomé Olarte, Andy Ovsejevich, José Palazzo, María Claudia Parias, Fabiola Pazmiño, Daniela Ribas, Ana Rodríguez, Carmen Romero Quero, Damián Romero, Camille Selvon Abrahams, Rodney Small, Jules Sobion y Aurea Vieira.



BID

Mejorando vidas

