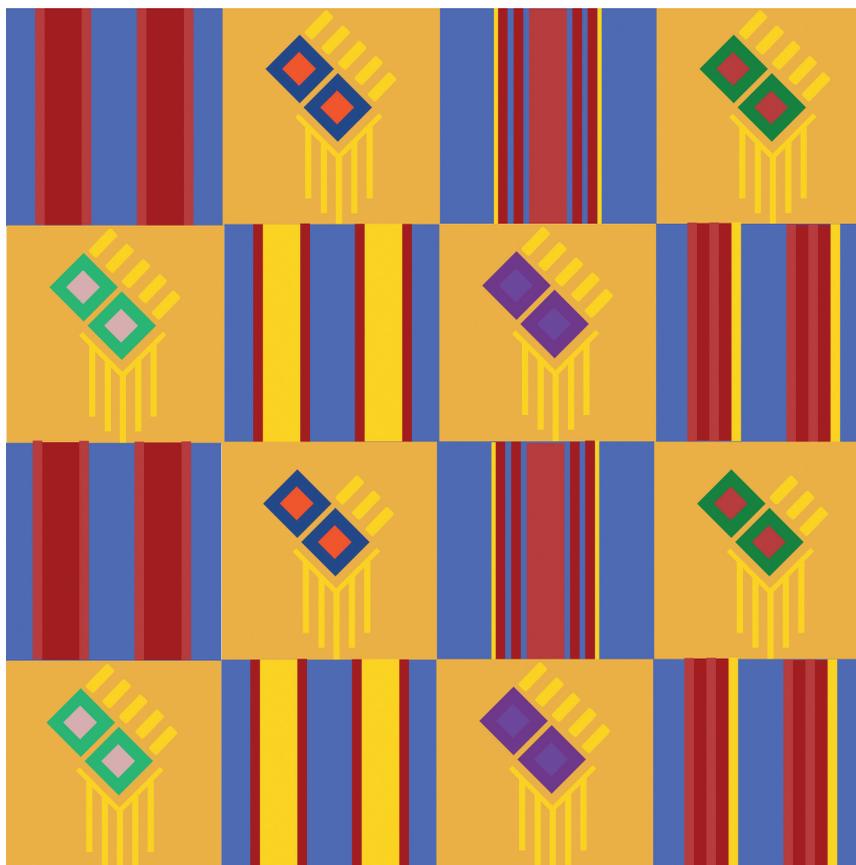


_ARTÍCULO



LUZ MARÍA PALACIOS, SARA YASMIN BARRERA
SAN JUAN SACATEPÉQUEZ
ASESOR: LIC. MARCO ANTONIO MORALES

ESTRATEGIAS CREATIVAS E INNOVADORAS PARA TRANSMITIR LA CULTURA EN MOMENTOS DE COVID-19. CASO CASA IBARGÜEN Y CENTRO CULTURAL MUNICIPAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

CREATIVE AND INNOVATIVE STRATEGIES FOR TRANSMITTING CULTURE IN COVID-19 CIRCUMSTANCES. CASE OF CASA IBARGÜEN AND MUNICIPAL CULTURAL CENTER IN THE HISTORICAL CENTER OF GUATEMALA CITY.

Licda. María Eugenia Castellanos Gutiérrez*
Universidad de San Carlos de Guatemala.

Fecha de recepción: 28 de agosto de 2020.
Fecha de aceptación: 29 de septiembre de 2020.
mcastellanos@fahusac.edu.gt

Resumen

El contenido de esta publicación, explora las estrategias implementadas por dos instituciones que proponen iniciativas artísticas y culturales en el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala. Invita a reflexionar sobre las oportunidades que ofrece la tecnología para enfrentar los cambios provocados por el coronavirus. Comunicar la cultura, ante estas nuevas disposiciones es más desafiante y requiere adaptar la cadena de valor cultural con creatividad a esta nueva realidad social a la que la cultura deberá adaptarse.

Las actividades que publican las redes sociales prolongan las experiencias y las presentan de forma innovadora. Como metodología se utilizó un enfoque cualitativo de forma exploratoria, realizando una entrevista estructurada a tres actores clave, a partir de la información obtenida, se indagaron las estrategias de comunicación y gestión utilizadas por ambas instituciones, se pudo determinar que la alianza de la experiencia artístico cultural y la tecnología ha ido en aumento y ha permitido nuevas formas de conocer, aprender y experimentar las artes visuales, la danza y la música.

Palabras clave:

Cadena de valor cultural, tecnología de la información y las comunicaciones, gestión Centro Histórico, redes sociales, COVID-19

* Licenciada en Arte, docente del Departamento de Arte de la Facultad de Humanidades y estudiante de la Maestría Centroamericana en Conservación y Gestión del Patrimonio Cultural para el Desarrollo de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Abstract

The content of this publication explores the strategies implemented by two institutions that generate artistic and cultural initiatives in the Historical Center of Guatemala and it invites us to reflect on the opportunities that technology offers us to face the changes caused by the coronavirus. Communicating culture in these circumstances of new dispositions is more challenging and requires creativity to adapt the cultural value chain to this new social reality to which culture must adapt to. The activities published in the media extend the experiences and present them in an innovative way. As methodology, it was used a qualitative approach in the form of exploration, making a structured interview to three key actors and based on the information obtained, the communication and management strategies used by both institutions were investigated. It was determined that the alliance of the cultural artistic experience and of technology has been increasing and it has permitted new ways of knowing, learning, and experiencing the visual arts, dance, and music.

Keywords:

Cultural value chain, Information and Communication Technology, Historical Center Management, social media, COVID 19

Introducción

La cultura es exclusiva del ser humano, se aprende, se manifiesta por medio de elementos tangibles e intangibles, se ubica en un período y lugar. Las expresiones artísticas y culturales propician la convivencia, refuerzan el sentido de pertenencia y ofrecen momentos de ocio y esparcimiento. Pueden manifestarse por medio de la música, la danza, el arte, entre otros. Por lo general, estas actividades, se organizan en espacios públicos o lugares que acogen una cantidad masiva de participantes.

El binomio arte y la cultura juega un papel fundamental en el desarrollo humano, son conceptos que se interrelacionan y conectan con la ciudadanía. El Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo resalta que “la cultura moldea nuestro pensamiento, nuestra imaginación y nuestro comportamiento, es fuente dinámica de cambios, creatividad, libertad y abre posibilidades de innovación”.¹

Creatividad e innovación son dos conceptos complementarios, difíciles de diferenciar y delimitar. En el campo de la cultura, ambos contribuyen a “reinventar formas de organización y trabajo, asumir riesgos y renunciar a procesos tradicionales. La creatividad proporciona las ideas que la innovación implementa exitosamente”.²

En los últimos años, el contenido digital ha impulsado el consumo cultural, provocando actividades múltiples y complementarias, que movilizan diferentes actores y permiten una interacción más amplia entre participantes y contenido. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC, involucran diversas plataformas digitales y redes sociales que se han convertido en medios útiles para la gestión y difusión del arte, la cultura y el patrimonio. “Internet está articulando (...) la nueva vida digital y las atractivas experiencias de proximidad, contribuyen a la renovación de la experiencia de relaciones personales y al consumo cultural próximo y remoto”.³

“Las posibilidades de interacción a través de las nuevas tecnologías difieren (...) y muestran la necesidad de estrategias innovadoras para abordar la complejidad y dar cuenta de las potencialidades que presentan en relación al entrelazamiento de lo social y el ejercicio de nuevas formas de ciudadanía”.⁴ Las redes sociales y las plataformas digitales, son escenarios para actividades artísticas y han transformado la cadena de valor cultural, concepto introducido en el mundo empresarial desde 1985, que ahora se emplea en muchos sectores, como una herramienta de análisis y gestión, pues contribuye a determinar procedimientos vitales integrales, que funcionan como eslabones operativos, al reforzar y otorgar valores a las actividades culturales.

La digitalización transforma los eslabones de la cadena de valor, provoca una multiplicación de contenidos y recorridos, (...) también cambia preferencias, “remodela

¹ MCD, La cultura, motor del desarrollo, plan nacional de desarrollo cultural a largo plazo, Guatemala, 2005, 44.

² UNESCO, Políticas para la creatividad, Argentina, 2010, 104.

³ Chimo Soler Herreros, y Jorge Lozano, El patrimonio y la gestión cultural en las redes sociales, Universidad de Valencia, fundación Martínez Guerricabeitia, 2013, 4.

⁴ Claudia Tello, José María Lezcano, y Viviana Maidana, Redes sociales: comunicación y producción cultural, Argentina, 2011.

formatos y puntos de acceso, redefine las centralidades entre los eslabones de la cadena y multiplica las ocasiones de contacto con contenidos, modificando posiciones entre creadores y usuarios”.⁵

La siguiente ilustración muestra la transformación producida en la cadena de valor cultural, comparado con el proceso de secuencia lineal, el modelo de red implantado por las tecnologías digitales, muestra recorridos múltiples entre la creación, producción, distribución y acceso, obteniendo un flujo más dinámico, variable y continuo, que permite la comunicación directa entre creadores y usuarios, sin pasar necesariamente por los eslabones de producción y distribución.

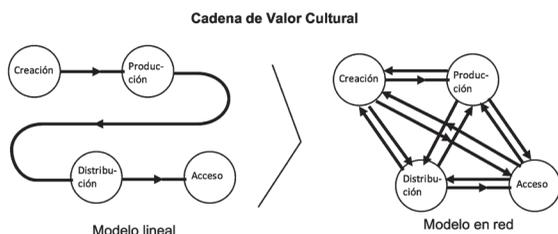


Figura 1. Esquema de la cadena de valor cultural. Tomado de Frente Creativo, Respuestas al COVID-19. (Unesco México, 2020) 3, acceso el 23 de junio 2020.

Es evidente que la tecnología otorga una dinámica de cambio permanente, que las redes sociales son un recurso adicional multiplicador y que, empleadas adecuadamente, aportan beneficios y utilidades a las instituciones culturales. Las actividades que publican las redes sociales prolongan las experiencias y las presentan de forma innovadora, permitiendo ver, oír y sentir a distancia; como menciona Paul Virilio en un artículo de Le Monde Diplomatique, de agosto de 1995.

El colapso mundial provocado por COVID-19 ha afectado a todos los sectores sociales, entre ellos el cultural. Comunicar la cultura, ante las disposiciones de la pandemia, es más desafiante y requiere ajustar la gestión cultural, con creatividad a una nueva realidad social a la que estas actividades tendrán que adaptarse. En muchas publicaciones, los medios de comunicación describen estos momentos como crisis mundial de COVID-19. “El término crisis se define, como una situación grave y decisiva que pone en peligro el desarrollo de un asunto o proceso”.⁶ Es una situación difícil que lleva implícitas la sorpresa, porque aparece cuando menos se espera, la falta de información, al ser un hecho sin referentes ni estudios previos y está acompañada de efectos secundarios como la pérdida de control, el aumento de presión en los habitantes e incluso el pánico.

En el distanciamiento físico “se hace realmente notorio el valor que representa la música, el arte, el cine, la literatura, el baile, en fin, todas las disciplinas de contenido cultural a las que la población alrededor del mundo recurre buscando calmar la ansiedad, liberar el estrés provocado por el confinamiento y buscando ese efecto calmante y de relajación que produce la cultura en los seres humanos. El mundo (...) está buscando apoyo recurriendo a la Cultura. Sin embargo, la Cultura también se ve afectada por la epidemia de COVID-19”.⁷

⁵ Ramón Zallo, Cultura y política cultural en la era digital y de la participación, España, 2015, 27.

⁶ Oxford Dictionary, Léxico.com.

⁷ María Fernanda Castellanos, En época de COVID-19 el mundo consume arte y cultura, Guatemala, 2020.

Al consultar en la web el 23 de mayo de 2020, Rafael López Guzmán, presidente del Comité Español de Historia del Arte, manifestaba... “esta no es una crisis de cultura, pero la cultura si se ha comprometido con la crisis”.⁸ En este momento de incertidumbre, hay más preguntas que respuestas, será el tiempo el que defina qué y cómo deberán reactivarse las actividades artísticas y culturales, sin poner en riesgo la salud de quienes participan en ellas. En el mes de junio, Europa inició la reapertura de museos y galerías de arte, América en cambio, empezó la elaboración de planes y estrategias para esta acción.

El estudio Digital 2020: Estadísticas globales de julio, realizado por We are Social y Hootsuite,⁹ muestra que el uso de plataformas digitales ha aumentado, comparado con el dato publicado en el mes de abril, e indica que la pandemia es una de sus consecuencias. Todas las redes sociales presentan un aumento de usuarios y tiempo de conexión. Asimismo, pronostica que algunas actividades digitales como videoconferencias, tareas académicas, webinars, prácticas y actos culturales quedarán establecidas como una tendencia y se continuarán utilizando a pesar de finalizar el confinamiento.

Tabla 1. Crecimiento de uso de algunas plataformas y redes sociales, julio 2020

Plataforma o red social	Función original y año de inicio	Porcentaje de aumento de audiencia de abril a julio
Facebook	Plataforma digital diseñada para socializar información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. Se origina en el 2004.	- 6.3% - Tiene 2603 millones de usuarios activos - A pesar de mostrar el porcentaje más bajo de crecimiento, sigue siendo la más utilizada por personas individuales y empresas.
WhatsApp	Programa de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes. Inicia en el 2009 y fue adquirida por Facebook en el 2014.	- 25% - Tiene 2000 millones de usuarios activos
Instagram	Realizada para compartir, con usuarios de Apple, fotografías con o sin filtros. Inicia en el 2010, en el 2012, se extendió a usuarios de Android y fue adquirida por Facebook.	- 8.2% - Tiene 1082 millones de usuarios activos
YouTube	Sitio web creado para subir, bajar, ver y compartir videos. Nace en el 2005.	- 25% - Tiene 2000 millones de usuarios activos.
TikTok	Producida para compartir videoclips musicales, en el 2016. En el 2018 se fusionó con Musical.ly, mostrando un aumento de usuarios.	- No hay un porcentaje de crecimiento - Tiene 800 millones de usuarios activos

Fuente: Elaboración propia con datos publicados en Digital 2020. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>

En Guatemala, el uso de plataformas digitales y redes sociales se ha acelerado en los últimos cinco años. El informe Situación digital, Internet y redes sociales Guatemala 2020, estudio publicado por la especialista en marketing digital, Yi Min Shum¹⁰ y basado en el estudio realizado por We are Social y Hootsuite para el mes de enero,

⁸ Webinar, Reflexiones y debates post-pandemia COVID-19, Colombia, 2020.

⁹ Digital, Estadísticas globales de julio, 2020.

¹⁰ Especialista en marketing digital, social media y branding. <https://yiminshum.com/social-media-guatemala-2020/>, publicado en marzo y consultado el 10 de septiembre 2020.

muestra que el 65% de la población tienen internet pero que solamente el 45% son usuarios en redes sociales. Comparado con el año pasado, el número de usuarios en redes sociales aumentó un 7.2%, lo que representa unas 534 mil personas, que en su mayoría se conectan por medio del teléfono celular. La plataforma digital con mayor cantidad de usuarios es Facebook, le siguen Instagram, Twitter, LinkedIn y YouTube.

Hay desafíos que el país debe resolver, como el de la conectividad y la alfabetización digital. Según un artículo publicado por Prensa Libre, el 10 de diciembre de 2019, solamente el 3.1% de la población tiene Internet de banda ancha residencial, hay áreas que aún poseen una red 2G, impidiendo que los dispositivos telefónicos utilicen la voz y datos al mismo tiempo por la baja velocidad, el mayor obstáculo para conseguirlo es la falta de una infraestructura adecuada.

En cuanto a la alfabetización digital, término que inició en los años 90, para referirse a la capacidad en el uso de las TIC, "un analfabeto digital es quien tiene un acceso limitado o un desarrollo bajo o nulo de las habilidades que le permitan interactuar en la red. La alfabetización digital es fundamental porque se convierte en la clave de la inclusión."¹¹ "UNESCO está implementando, en algunos países, proyectos de alfabetización digital orientados a la formación de los ciudadanos en competencias necesarias para que puedan desenvolverse funcionalmente en la sociedad de la información."¹² "Es necesario mencionar que, en la literatura sobre el tema, se identifican diversos sinónimos para la alfabetización digital como: la alfabetización electrónica, alfabetización tecnológica o alfabetización multimedia."¹³

Las redes sociales permiten que las instituciones culturales interactúen con sus seguidores por medio de compartir comentarios y experiencias, creando un contenido cultural entre usuarios que beneficia la difusión de la institución.

Hasta el momento, no se han realizado estudios que analicen el impacto de COVID-19 en la tarea de la gestión cultural de la Dirección del Centro Histórico y la Dirección de Educación y Cultura, instituciones que tienen como misión promover un cambio social, reforzar la identidad y aumentar la concientización ciudadana. Es prematuro hablar de mutaciones culturales, sin embargo, ha sido necesario un cambio organizativo y comunicativo para ambas instituciones. Estas razones son las que han motivado esta exploración. Se espera que los resultados evidencien los beneficios y retos que plantea la implementación de estrategias creativas e innovadoras por medio de la tecnología disponible, para conseguir la difusión artístico cultural durante el tiempo que dure la pandemia.

Este informe tiene como objetivo, explorar las estrategias implementadas por dos Direcciones de la Municipalidad de Guatemala, para continuar comunicando la cul-

¹¹ Verónica García, Silvia Aquino, y Nérida Ramírez, Programa de alfabetización digital en México: análisis comparativo de las competencias digitales entre niños de primaria, México, 2020, 9.

¹² Myrna Carolina Martí, Marcelo José D'Agostino, Jorge Veiga de Cabo, Javier Sanz-Valero Alfabetización digital, España, 13-14.

¹³ Susana García Ávila, Alfabetización digital, México, 2017, 71.

tura, el arte y el patrimonio a adultos y jóvenes, en momentos de COVID-19 y comprobar si el uso de la tecnología les ha ayudado a que estas experiencias sean creativas e innovadoras.

Las preguntas que motivan este artículo son: ¿Qué estrategias ha adoptado la Dirección del Centro Histórico y la Dirección de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala, para no interrumpir su labor de promover el arte y la cultura durante la emergencia provocada por COVID-19? ¿En qué medida la tecnología ha jugado un rol importante para ayudar a estas instituciones a enfrentar su labor de gestión?

En cuanto a la metodología, se utilizó un enfoque cualitativo de forma exploratoria, la fuente primaria consistió en una entrevista estructurada de nueve preguntas a tres actores clave, 1. Directora del Centro Histórico, 2. Coordinadora de la Unidad de Planificación y Creatividad de la Dirección del Centro Histórico y 3. Directora del Centro Cultural Municipal; y de fuentes secundarias al recopilar datos publicados en línea y en medios de comunicación. A partir de la información obtenida, se indagaron las actividades realizadas por ambas Direcciones desde el mes de marzo y publicadas en las páginas de Facebook que manejan cada una de ellas.

La Municipalidad de Guatemala, canaliza sus actividades por medio de 16 Direcciones. Como se mencionó, el artículo explora el trabajo de dos de ellas: la Dirección del Centro Histórico y la Dirección de Educación y Cultura. Ambas ubicadas en inmuebles reconocidos como patrimonio cultural de la Nación, por el valor histórico, arquitectónico y artístico que poseen y por estar enclavados dentro del perímetro del Centro Histórico de la ciudad.

Desde el 16 de marzo, estas instituciones, dieron un giro para continuar, por medios digitales, su gestión cultural y hacer frente a la crisis que reclama el distanciamiento social. El origen de estos cambios, inicia el cinco de marzo de 2020, cuando se declara a Guatemala en estado de calamidad y se publica el decreto 5-2020, modificado por el 6-2020 y 7-2020, en el que se limitan las concentraciones de personas, se prohíben espectáculos públicos, reuniones y eventos, como prevención a la propagación de COVID-19.

Ante lo imprevisto, probablemente, ninguna institución cultural del país, estaba preparada, ni contaba con un plan de contingencia para un evento de esta magnitud, todas han tenido que adaptar sus recursos y establecer nuevas modalidades de trabajo y comunicación para continuar la gestión cultural.

La Dirección del Centro Histórico, atiende cada año, a más de dos mil ciudadanos, que participan en diversas actividades dirigidas a la revitalización de este espacio neurálgico de la capital, para ello utiliza un Plan con siete ejes de trabajo, en este artículo se estudiará solamente el Eje de Formación y Cultura.

Esta Dirección utiliza como sede el antiguo Palacio Beltranena, conocido actualmente como Casa Ibagüen, una de las primeras construcciones de la Nueva Guatemala, en 1778. Con el tiempo ha sufrido ciertas modificaciones, está clasificado como un

inmueble categoría B.¹⁴ La distribución espacial alberga las oficinas administrativas de esta Dirección desde 1992 y ofrece espacios para exposiciones temporales, conferencias, talleres, presentaciones artísticas, entre otros.

La Dirección de Educación y Cultura, es la unidad administrativa responsable de crear, promover y difundir toda clase de actividades culturales, educativas y artísticas con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.¹⁵ Es conocida, también, como Centro Cultural Municipal, inició sus labores en el 2000. Tiene a su cargo cuatro escuelas municipales de arte: danza, artes visuales, escultura y música. La primera fundada en el 2004 y las tres últimas en el 2006. Asimismo, impulsa un programa Municipal de danza creativa y coordina las exposiciones de la Galería del Centro Cultural Municipal. Esta Dirección trabaja con una población de 4 mil alumnos, comprendidos entre las edades de 2 a 80 años. Sus instalaciones se ubican en un inmueble categoría A, conocido como antiguo edificio de Correos. Su construcción se inició a finales de la década de 1930. Actualmente es una edificación emblemática, que sirve de referencia a quienes caminan por el centro de la ciudad.

Adaptación al cambio en circunstancias excepcionales de COVID-19

Como se ha afirmado anteriormente, los términos de cultura, arte y patrimonio tienen varias acepciones, son dinámicos, se relacionan entre sí, comunican y permiten el desarrollo personal y colectivo. Llegan a la sociedad a través de diversas y variadas actividades que conectan elementos tangibles e intangibles. El arte y el patrimonio son componentes de la cultura, pero ante todo son los vehículos por medio de los cuales la Dirección del Centro Histórico y la Dirección de Educación y Cultura cumplen sus metas y objetivos de desarrollo artístico, cultural y valoración del patrimonio urbano, arquitectónico e intangible del Centro Histórico de Guatemala.

Para un buen funcionamiento, ambas Direcciones necesitan del esfuerzo y colaboración de muchos, entre ellos, actores municipales, vecinos, entidades públicas y privadas. Debido a esto las labores que realizan son parte de un proyecto ciudad que la Municipalidad de Guatemala ha venido produciendo con los años. Pueden mencionarse como ejemplo: el Festival del Centro Histórico, recorridos guiados que ponen de manifiesto edificios emblemáticos, tradiciones significativas de los barrios, entre otros.

Ambas Direcciones se han consolidado con el tiempo, sus iniciativas artísticas y culturales “van en crecimiento, son valoradas, reconocidas por la ciudadanía”¹⁶ y forman parte importante del desarrollo y conservación del Centro Histórico. Esto es el producto de “un plan de trabajo integral y articulado que permite ejecutar todas las actividades de forma eficiente, coordinada y ordenada”.¹⁷

¹⁴ Acuerdo Ministerial 328-98 (Guatemala: Ministerio de Cultura y Deportes, 1998), Artículo 3, en sus incisos 1 a 4. Clasifica los inmuebles del Centro Histórico de la ciudad en cuatro categorías: 1. Categoría A: Casas, edificios, y otras obras de arquitectura e ingeniería, declarados Patrimonio Cultural de la Nación, por su valor histórico, arquitectónico, artístico o tecnológico. 2. Categoría B: Casas, edificios, y otras obras de arquitectura e ingeniería, así como espacios abiertos tales como: atrios plazas, parques y jardines característicos o tradicionales del Centro o del Conjunto Histórico respectivo, declarados Patrimonio Cultural de la Nación. 3. Categoría C: Casas y edificios que, sin corresponder a las categorías anteriores, reúnen características externas que contribuyen al carácter y paisaje tradicionales del Centro del Conjunto Histórico respectivo. 4. Categoría D: Todos los inmuebles situados dentro de los perímetros del Centro Histórico y los Conjuntos Históricos que no corresponden a las categorías A, B, o C.

¹⁵ Municipalidad de Guatemala, Memoria de Labores 2018.

¹⁶ Aída Bocock, Directora del Centro Cultural Municipal, en entrevista con la autora, 16 junio de 2020.

¹⁷ Municipalidad de Guatemala, Memoria de Labores 2017.

Desde “enero de 1994, bajo la temática de la planificación urbana, se elabora el Plan de Desarrollo Metropolitano (...) dirigido y coordinado por un equipo multidisciplinario a nivel nacional e internacional, para la definición de la problemática del área metropolitana, así como las políticas y estrategias a seguir como parte de un plan de desarrollo para la ciudad”.¹⁸ El Plan Director 2040, es el resultado y la continuidad de planes a largo plazo anteriores 2010 y 2020, respectivamente. Al mismo tiempo, la coordinación municipal, dirigida por el mismo grupo de trabajo, durante más de quince años consecutivos, ha contribuido a formar un equipo que se siente seguro y preparado para afrontar los desafíos de la pandemia.

Ante la crisis de COVID-19, ambas dependencias han puesto al servicio de la comunidad los recursos que tienen y los han adaptado. Trabajan de forma activa procurando mantener viva la cultura y el arte, elaboran normativas de prevención, analizan y proyectan escenarios, que buscan responder a ¿Qué vendrá? y a ¿Cómo se volverá a impulsar el motor cultural?

Afrontar los retos de esta crisis no ha sido difícil, debido a que la capacidad técnica e institucional, que caracteriza la administración municipal, facilita la adaptación. En estos meses de confinamiento, los servicios han adoptado el slogan Trabajando afuera por los que están adentro. El teletrabajo ha sido una buena opción, sin embargo, “no todo el personal contaba con equipo y recursos tecnológicos, o la capacidad para utilizarlos. El presupuesto anual se ajustó, al suprimir gastos que por el momento no se podrán hacer, aplicando estos insumos a necesidades que surgieron. Se modificó el Plan Operativo Anual, POA. Los planes de trabajo establecidos, continúan avanzando. En estos momentos, ha sido clave la comunicación en forma descendente y transversal, para que los colaboradores puedan trabajar a gusto y adaptarse. Se cuenta con una cadena de comunicación semanal y quienes lo necesitan reciben ayuda material y emocional”.¹⁹

El panorama post COVID-19 es incierto. La Municipalidad programará el POA 2021, sin embargo, es complicado trabajar la logística, por los protocolos de seguridad y esencialmente, porque el fin de la escalada de casos aún no es clara. El tres de junio, el Ministerio de Salud, publicó en el Diario Oficial el acuerdo 146-2020, que menciona cuatro fases, de 0 a 3, para la reapertura a una nueva normalidad. El término nueva normalidad, no es nuevo, se acuñó con la crisis financiera del 2007-2008, no obstante, se ha iniciado a utilizar ante el dilema del tiempo que tardará llegar al fin de la pandemia. El Artículo 11 del acuerdo indica que hasta la fase 3 se podrá tener la apertura de todas las actividades económicas y centros de trabajo, en esta fase se incluirían los espacios culturales, manteniendo las medidas de seguridad y el distanciamiento social, disposición que invita a repensar nuevas formas para organizar las actividades en las que participan un gran número de personas.

¹⁸ DHV Consultants, Guatemala, 2015.

¹⁹ Miryam Griscelda Cruz Orellana, Directora del Centro Histórico, y Anayansy Rodríguez Castillo, Unidad de Planificación y Creatividad, Dirección del Centro Histórico en entrevista con la autora, 20 junio de 2020.

Actividades de la Dirección del Centro Histórico

Como se mencionó, esta Dirección inicia en el año 1992. Es la dependencia de la Municipalidad de Guatemala, que trabaja por la recuperación, protección, revitalización y reactivación integral del Centro Histórico de la ciudad y su patrimonio, en alianza con comités de barrio, instituciones públicas y privadas para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos que residen en este sector, y para propiciar las condiciones que favorezcan la inversión, el desarrollo económico y social del área; donde el eje del arte y la cultura son factores que permiten la integración y regeneración del tejido social.

Para dar seguimiento a las tareas que presta esta Dirección en el eje de Formación y Cultura, han empleado la página de Facebook, creada el 10 de julio de 2018, como canal de comunicación para actividades culturales, que continúan promoviendo de forma virtual y se presentan como nuevos espacios de encuentro ciudadano. Pueden mencionarse las siguientes iniciativas publicadas en la página de Facebook.

Tabla 2. Actividades de la Dirección del Centro Histórico	
09 y 10 de abril	Historias de Semana Santa, tres publicaciones que mencionan datos históricos y conmemorativos de los barrios y las procesiones de Jesús de Candalaria, Jesús de la Merced y el Señor Sepultado de la Recolectión.
02 de junio	<i>Inicia Martes de Reseña, una serie de publicaciones de interés histórico, arquitectónico y patrimonial. Cada relato se conecta con el link de Cédulas de Información Patrimonial, https://cedulas.muniguate.com/index.php trabajo en conjunto con la Unidad de Informática de la Municipalidad.</i>
25 de junio	<i>Inician las videoconferencias Guatemaltecos Destacados, hasta el mes de agosto se ha llevado a cabo cuatro. Las grabaciones puede consultarse en la página de Facebook https://www.facebook.com/direcciondelcentrohistorico/</i>
15 de agosto	<i>Con motivo de las actividades de la Feria de Jocotenango, videoconferencia Devociones Agustinas en la Nueva Guatemala de La Asunción. La participación de esta actividad requería de una inscripción y utilizó la aplicación Zoom. El vídeo no quedó publicado.</i>
01 de septiembre	<i>Inició el ciclo de conferencias virtuales ¡En el Centro sí se puede!, dirigidas a la restauración y conservación del patrimonio arquitectónico ubicado en el Centro Histórico. Hasta el 15 de septiembre, se han llevado a cabo tres y han quedado publicadas.</i>
<small>Fuente: Elaboración propia basada en información publicada en la página de Facebook de la Dirección del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala https://www.facebook.com/direcciondelcentrohistorico/</small>	

Para estas y otras actividades, las plataformas virtuales han sido fundamentales y extraordinarios canales de comunicación. “Esta Dirección ha reinventado los mecanismos para continuar promoviendo los valores históricos y la riqueza patrimonial contenida en el Centro Histórico, por otra parte, se han ejecutado una serie de actividades colectivas relacionadas con el arte y la cultura, con el propósito de continuar generando cohesión con la sociedad guatemalteca, sin importar que se realicen a distancia. Sin embargo, pese a que se continúan organizando espacios de convivencia virtual para la promoción de la industria cultural y artística, es innegable que se echa de menos el encuentro ciudadano y el intercambio personal que se genera con los artistas y los amantes del arte”.²⁰

²⁰Myriam Griselda Cruz Orellana, Directora del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, en entrevista con la autora, 20 junio de 2020.

“Por el momento se planifica la 23 edición del Festival del Centro Histórico, que se llevará a cabo en el mes de octubre, la actividad tendrá que ajustarse y adaptarse, con creatividad, a las nuevas circunstancias. Esta edición, que seguramente pasará a la historia, no tendrá una convocatoria de participación, se reducirá la cantidad de actividades y se llevarán a cabo aquellas que mejor se adapten a la temática y a los recursos virtuales disponibles.

En cuanto a la formación patrimonial, seguirán suspendidas las pláticas y actividades presenciales en los establecimientos educativos, se ofrecerán pláticas virtuales a aquellos que tengan y utilicen una plataforma, sin embargo, esto estará limitado al plan de estudios y a la carga académica que maneje cada establecimiento. En algún momento podrán reactivarse los recorridos del Centro Histórico con grupos reducidos de personas, cuidando los protocolos de bioseguridad y siguiendo las indicaciones presidenciales”.²¹

Actividades de la Dirección de Educación y Cultura

Esta Dirección inicia en el año 2000. Al ser la dependencia de la Municipalidad de Guatemala encargada de crear, y difundir toda clase de actividades culturales, educativas y artísticas, sus principales herramientas son la formación artística y la promoción de diferentes dinámicas a la sociedad, a través de dos maneras: una individual, a cada persona, y la otra colectiva, llegando al público en general.

En el año 2007, el Ministerio de Cultura y Deportes, aprobó la carrera de Bachillerato en Arte con especialización en danza clásica, bajo el Acuerdo 321-2007. En el 2010, avaló el Diplomado en Artes Visuales, programa trimestral de tres años de duración. Recientemente, los programas de la escuela de música, fueron acreditados por dicho Ministerio, facilitando al público cursar diplomados y la licenciatura en esta rama artística.

Los buenos resultados de las escuelas de: danza, artes visuales y música, provocaron la apertura de núcleos distritales en siete zonas: 3, 5, 7, 12, 13, 15, y 18. Es importante resaltar, que no todas las destrezas artísticas funcionan en las zonas mencionadas, pues se ajustan a la elección de los vecinos, y responden a los intereses de cada sector, adaptándose a la infraestructura existente para el buen funcionamiento de las actividades.

Tabla 3. Distribución de escuelas en núcleos distritales según elección de vecinos	
Escuela Municipal de	Funciona en zonas
Artes Visuales	3, 5, 6, 13, 18 y 21
Música	5, 7, 18 y 21
Programa de danza creativa, plan sábado	5, 6 y 18
Fuente: Elaboración basada en datos publicados en la Memoria de labores 2018	

²¹Anayansy Rodríguez Castillo, Coordinadora de la Unidad de Planificación y Creatividad, Dirección del Centro Histórico en entrevista con la autora, 20 junio de 2020.

La escuela Municipal de Escultura y las Galerías del Centro Cultural Municipal, funcionan solamente en el antiguo Edificio de Correos o sede central, mencionado con anterioridad. Todos los programas de educación artística que maneja esta Dirección, imparten clases técnicas y teóricas, están dirigidos a niños, adolescentes y adultos, quienes pueden participar en plan diario o sabatino. Además del plan académico obligatorio, cada escuela organiza diversidad de talleres libres.

Esta iniciativa municipal responde a dos problemas detectados en la ciudad: la pobreza y la delincuencia juvenil. Además, busca ofrecer a los habitantes, un acceso fácil a programas educativos, culturales y artísticos, generando oportunidades de desarrollo cultural y económico, al mismo tiempo, brinda a jóvenes alternativas para evitar su participación en bandas de delincuencia, mejorar su desarrollo afectivo-social y favorecer la integración y socialización.

El número de participantes, antes de iniciar la pandemia, era de 4 mil estudiantes. Inesperadamente, las actividades tuvieron que cambiar a la modalidad virtual, disminuyendo la participación a 2,400 estudiantes, lo que equivale al 60%. El principal motivo de la disminución ha sido la falta de acceso a la conectividad y no contar con los instrumentos tecnológicos necesarios. Como solución para el 40% de estudiantes que no han podido continuar con su formación académica, se ha pensado reforzar los contenidos y dar un acompañamiento más intenso, una vez sea posible la participación física en las instalaciones.

La página de Facebook, iniciada el 18 de octubre de 2016, ha sido uno de los mejores vehículos para compartir contenidos, recibir trabajos, efectuar conciertos y actividades creativas. Esta etapa de confinamiento ha sido un tiempo de doble esfuerzo, tanto para profesores como para alumnos, quienes han reinventado modos para impartir o recibir los cursos.

A continuación, se muestran las acciones tomadas por la Dirección de Educación y Cultura como respuesta a la suspensión de actividades.

Tabla 4. Actividades de la Dirección de Educación y Cultura	
Desde el 18 de marzo	Se han compartido más de 15 enlaces http para disfrutar de actividades como tours virtuales a museos y galerías de arte internacional, vídeos culturales, descargas de libros gratuitos, espectáculos como ballet y danzas. Cursos gratuitos de arte ofrecidos por instituciones culturales reconocidas a nivel mundial y conciertos, entre otros
Desde el 20 de marzo	<p>Cada escuela, publica videos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tutoriales para estimular la creación artística de los estudiantes, proponiendo actividades sencillas y creativas, que emplean materiales de fácil acceso. - Conciertos de artistas nacionales e internacionales. - Prácticas instrumentales de los alumnos de la Escuela Municipal de Música.

Tabla 4. Actividades de la Dirección de Educación y Cultura	
<i>En marzo y abril</i>	Inician actividades para estimular procesos creativos inspirados en la vida y obras de artistas famosos o utilizando elementos usuales en casa, pero que pueden impulsar la imaginación, la exploración de formas, materiales colores y texturas.
<i>06 de abril</i>	Se publican los enlaces para consultas de las actividades programadas en las Escuelas Municipales de Arte.
<i>08 de abril</i>	Los profesores inician diversos tutoriales para reforzar la educación en línea.
<i>09 de abril</i>	Invitación a la visita 360° de la exposición Galería Abierta 2020.
<i>21 de abril</i>	Inicia la publicación de una serie de vídeos del Maestro William Orbaugh, titulados La Guitarra en Guatemala a través de la Historia.
<i>13 de junio</i>	La Escuela Municipal de Escultura, inicia las charlas por Zoom en la que han participado artistas nacionales y costarricenses
<i>Agosto Septiembre</i>	Los alumnos de la escuela de danza participaron en talleres con los bailarines argentinos. Alejandro Parente y Marianela Núñez. Los alumnos de la escuela de escultura tuvieron un taller con Edgar Álvarez, escultor colombiano.
Fuente: Elaboración propia basada en información publicada en la página de Facebook del Centro Cultural Municipal Álvaro Arzú Irigoyen https://www.facebook.com/pages/category/Art/Centro-Cultural-Municipal-Alvaro-Arzu-C3%BA-Irigoyen-1228853227157532/	

Entre otras actividades, pueden mencionarse: el 1 de junio, la Escuela Municipal de Música cumplió 14 años de existencia, para la ocasión se programaron tres conciertos, con más de cincuenta agrupaciones. Fueron transmitidos por YouTube LIVE. Se han realizado ensambles de las prácticas y trabajo de las Escuelas de Música y Danza, respectivamente, en las que los profesores aprovechan a evaluar las destrezas y habilidades de los alumnos. De la misma forma, se han compartido fotografías de los trabajos realizados por los alumnos de las Escuelas de Artes Visuales y de Escultura.

Según Aída Bocock, directora del Centro Cultural Municipal, este tiempo ha mostrado que “el arte y la cultura son elementos esenciales para la persona, debido a que expresarse, forma parte de la cotidianidad de un individuo”. El uso de la tecnología para continuar la enseñanza ha sido esencial, lamentablemente “no se llega a todos y hay situaciones o ciertas esencias que no se pueden absorber por medio de la pantalla, (...) ha sido un tiempo duro para los artistas y un reto para los profesores, enseñar arte por computadora es difícil, ya que este tipo de expresiones necesitan lo presencial”.

La Dirección de Educación y Cultura, trabaja diversos escenarios para reactivar las actividades presenciales, para esto, se necesita de una línea más clara, por parte del Gobierno, que aún no se tiene porque el panorama es incierto. Se continuará la formación de modo virtual, empleando una plataforma formal, que se está preparando. Posiblemente, se reanuden clases primero con jóvenes y adultos, dejando al final a niños menores de ocho años y personas de la tercera edad. Esta estrategia permite

tener menos personas y distribuirlas adecuadamente en los espacios, para respetar las normas de distanciamiento social requeridas. Si el espacio fuera insuficiente, se podría acudir a las galerías municipales de arte.



Figura 2. Iconos que indican el porcentaje, por edad, de la población de las Escuelas Municipales de Arte. Fuente Centro Cultural Municipal, junio 2020.

Tabla 5. Actividades realizadas en conjunto por ambas Direcciones	
05 de abril	Convocatoria para realizar un dibujo con un mensaje de fe y unirse a la tradicional actividad La Alfombra del Paseo de la Sexta. Junto a su dibujo, cada participante debía tomarse una selfie y enviarla al correo alfombradelasexta@gmail.com. El 12 de abril en la página de Facebook del Centro Cultural Municipal se presentó un vídeo con una reseña histórica de esta tradición que inició en el año 2012 y las fotografías recibidas.
29 de mayo	Participación en la Noche de los Museos, actividad conjunta con diversas instituciones públicas y privadas. Este año, debido a las circunstancias tuvo su edición virtual. Los museos compartieron por Facebook recorridos virtuales de su colección. https://www.facebook.com/NochedeMuseosGT/
08 de julio	Se lanzó el plan piloto denominado la Caja Cultural. Este es un proyecto que unió esfuerzos de entidades públicas y privadas. Tiene un propósito educativo que fomenta el arte y la lectura en estos tiempos de confinamiento. Se espera que ésta sea la primera de varias ediciones, en la que se ofrecen obras de reconocidos escritores y artistas de la plástica, cuyos aportes a la construcción de la identidad nacional han sido significativos. ²²
Fuente: Elaboración propia basada en información publicada en Facebook.	

La información de las tablas 2, 4 y 5 muestran que ambas Direcciones de la Municipalidad de Guatemala, han resuelto los inconvenientes provocados por la pandemia y generado soluciones originales y valiosas para continuar transmitiendo contenidos culturales a la población. Facebook se ha convertido en uno de los principales canales de comunicación.

Tomando en cuenta el artículo de Rodrigo Pereira, 2019, jefe de estudios de Brinca,²³ se puede afirmar que las estrategias utilizadas por la Dirección del Centro Histórico y la Dirección de Educación y Cultura, son creativas porque: a) producen nuevas ideas y oportunidades para mejorar su cadena de valor, ajustándose a las necesidades y

²² Municipalidad de Guatemala, Lee, crea e imagina con la caja cultural, Guatemala, 2020.

²³ Brinca, empresa chilena, creada en el 2010 como una consultora de innovación y transformación digital que genera resultados a través de la cultura creativa y la gestión de proyectos.

expectativas de quienes consumen sus servicios. b) la comunicación, tanto vertical como horizontal facilita el seguimiento de proyectos, la confianza y la colaboración. c) existe un compromiso estratégico y cada Dirección actúa con autonomía, característica que ha permitido a los trabajadores adaptarse a los nuevos desafíos y buscar nuevas maneras de hacer el trabajo diario.

Considerando las características de una cultura organizacional innovadora, las estrategias también son innovadoras porque: comunican, involucran, logran una organización integral, impulsan el sentido de pertenencia, facilitan y promueven el trabajo, apoyan y enseñan a la sociedad.

En este tiempo, los eslabones de la cadena de valor están compuestos por la creación, la producción del contenido digital, la distribución y el acceso al consumidor, que puede interactuar con la institución o con otros usuarios. Ambas instituciones, tendrán que estudiar la nueva dinámica de la cadena de valor, para articular proyectos sostenibles, consolidar contenido digital de calidad, y conseguir cambios significativos que generen un valor social.

Queda pendiente resolver la conectividad a internet del 40% de estudiantes de la Dirección de Educación y Cultura, que no han podido continuar su formación artística. Además, la plataforma formal que están elaborando, deberá llegar, de manera adecuada, a los diversos grupos con que trabaja: adultos mayores, adultos, jóvenes y niños, tomando en cuenta que cada grupo utiliza diferentes dispositivos y no cuentan con una preparación homogénea en el uso de la tecnología. Posiblemente sea necesaria la alfabetización digital y reinventar modos análogos para llegar a las personas que no tienen una buena conectividad.

Conclusiones

Es evidente que el acceso y disfrute del arte y la cultura es una necesidad, asimismo un derecho humano, lo reflejan su consumo en las redes sociales. A mediados de septiembre las páginas de Facebook de la Dirección del Centro Histórico y de la Dirección de Educación y Cultura de la Municipalidad de Guatemala, mostraban 3,444 y 15,820 seguidores respectivamente.

El uso de las plataformas digitales por las Direcciones exploradas, no son experiencias nuevas, como se ha mencionado se vienen utilizando desde hace cuatro años, pero en este momento, se han convertido en obligatorias y necesarias. La alianza entre arte y tecnología ha ido en aumento, ha permitido nuevas formas de conocer, aprender y experimentar las artes visuales, la danza y la música y compartir con artistas, conferencistas y expertos nacionales e internacionales. Las nuevas tecnologías abren un espacio amplio de oportunidades para lograr la interacción entre el contenido cultural y el público consumidor, tienen bajo costo, mayor alcance, un ciclo de vida de largo tiempo y transmisión, que complementa las experiencias culturales, sin embargo, nunca podrán suplir la experiencia vivencial y física.

Toda crisis plantea la necesidad de revisar, replantear y repensar, otros modos, formas y sistemas de efectuar las actividades que se realizaban antes de ella, estos meses de confinamiento han mostrado que muchas actividades no tienen que estar ligadas a un espacio físico. Es imposible prever lo que viene en el futuro y garantizar si la virtualidad dará respuesta a todo el universo de actividades artísticas y culturales, pues la revolución digital se ha transformado en una evolución digital. Esta parada obligatoria inducida por COVID-19, es una oportunidad para replantear y buscar nuevas formas de transmitir el arte y la cultura.

“Hay que reinventarse ahora, no es válido esperar a que la crisis termine, porque esta llegó para quedarse, regresar al momento de confort en el que vivíamos ya no es una opción, debemos aprender a vivir con una crisis que seguirá siendo parte de nuestro entorno en los siguientes meses, quizá años”.²⁴

²⁴ Haroldo Herrera, *Cuál será la Guatemala que quedará después del COVID-19, Guatemala, 2020.*

Referencias

Acuerdo Ministerial 146-2020, del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Decreto Gubernativo No. 5-2020

Decreto Gubernativo No. 6-2020

Decreto Gubernativo No. 7-2020

Decreto Gubernativo No. 8-2020

Castellanos, María Fernanda, En época de COVID-19 el mundo consume arte y cultura, Periódico Proceso, 6 de mayo de 2020, acceso el 22 de julio de 2020, <https://procesogt.gt/2020/05/06/en-epoca-de-COVID-19-el-mundo-consume-arte-y-cultura/>.

Digital 2020, Estadísticas globales de julio, acceso el 6 de septiembre de 2020, <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>.

DHV Consultants, Guatemala, 2015, acceso el 25 de junio 2020 <http://www.dhv-ca.com/pdm2010.html>.

Emailing Network, Estudio de mercado sobre los hábitos de consumo de los millennials, publicado por Digitalist Hub, 8 de junio de 2016, acceso 6 de septiembre de 2020, <https://digitalisthub.com/un-interesante-estudio-sobre-los-millennials/>.

García Martínez, Verónica, Aquino Zúñiga, Silvia y Ramírez Montalvo, Nélida. Programa de alfabetización digital en México: Análisis comparativo de las competencias digitales entre niños de primaria, CPU-e, Revista de Investigación Educativa, No. 23 julio-diciembre 2016, 24-44 acceso el 11 de septiembre de 2020, <https://www.redalyc.org/pdf/2831/283146484003.pdf>.

Herrera Aguilar, Miriam, Medina Aguilar, Gabriel Alejandro y Martínez Musiño, Celso, La alfabetización informacional y la alfabetización digital en estudiantes de comunicación. El caso de la Universidad Autónoma de Querétaro, Editorial Universidad Autónoma de Querétaro, México, 2015, 11-24 <http://eprints.rclis.org/28715/2/libro-claves-ok.pdf>.

Herrera, Haroldo, Cuál será la Guatemala que quedará después del COVID-19, Prensa Libre, 18 de abril de 2020, acceso el 11 de julio de 2020, <https://www.prensalibre.com/guatemala/politica/cual-sera-la-guatemala-que-queda-despues-del-COVID-19/>.

Martí, Mirna Carolina, D'Agostino, Marcelo José, Veiga de Cabo, Jorge y Sanz-Valero, Javier, Alfabetización digital: un peldaño hacia la sociedad de la información, Medicina y Seguridad del Trabajo, No 210, 1er trimestre, 11-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2580279>.

Ministerio de Cultura y Deportes, Acuerdo Ministerial 328-98, Guatemala 1998, Artículo 3, incisos 1 a 4.

Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, La Cultura, Motor del Desarrollo, Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo, Guatemala, 2005, 200.

Municipalidad de Guatemala, Memoria de Labores 2018, publicado el 16 de septiembre, acceso el 23 de junio de 2020, http://docs.muniguate.com/2019/memoria/MEMORIA_DE_LABORES_2018.pdf.

Municipalidad de Guatemala, Lee, crea e imagina con La Caja Cultural, publicado el 9 de julio, acceso el 16 de julio de 2020, <http://www.muniguate.com/blog/2020/07/09/lee-crea-e-imagina-con-la-caja-cultural/>.

Oxford Dictionary. Lexico.com, 2020, <https://www.lexico.com/es/definicion/crisis>, acceso el 23 de junio de 2020.

Pereira, Rodrigo, ¿Qué hace que una empresa tenga una cultura creativa e innovadora?, publicado el 17 de junio de 2019, acceso el 12 de septiembre de 2020, <https://www.brinca.global/que-hace-a-una-cultura-creativa-e-innovadora/>.

Ozaeta, Paula María, Conectividad: Este es el principal obstáculo para conectar a más guatemaltecos a internet, Prensa Libre, 10 de diciembre de 2019, acceso el 11 de septiembre de 2020, <https://www.prensalibre.com/economia/conectividad-este-es-el-principal-obstaculo-para-conectar-a-mas-guatemaltecos-a-internet/>.

Soler Herreros, Chimo y Lozano, Jorge, El patrimonio y la Gestión cultural en Redes Sociales, Universidad de Valencia, Fundación Martínez Guerricabeitia, 2013, <https://www.researchgate.net/publication/265905346>

Tello, Claudia, Lezcano José María y Maidana, Viviana, Redes Sociales: Comunicación y Producción Cultural, IX Jornadas de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2011, <https://www.aacademica.org/000-034/555>.

UNESCO, Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas, Argentina, 2010, 104 acceso el 3 de septiembre de 2020 http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCOculturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf.

Virilio, Paul, Velocidad e información, ¡Alarma en el ciberespacio!, Le Monde Diplomatique, agosto 1995, acceso el 6 de septiembre de 2020, <https://www.monde-diplomatique.fr/1995/08/VIRILIO/6578>.

Webinar Reflexiones y debates post-pandemia COVID-19, Retos y oportunidades del patrimonio cultural, casos Centros Históricos, Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA, Colombia, 23 de mayo 2020, https://www.youtube.com/watch?v=2CZyBASl_q4.

Zallo, Ramón, Cultura y política cultural en la era digital y de la participación, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, España, 2015, 22-37