



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Percepción de artistas visuales respecto a las nuevas formas de consumo de artes visuales contemporáneas en el período post pandemia.

Elaborado por:

WILLIAM ALFREDO LEÓN CARRASCO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en comunicación audiovisual y multimedia

Guayaquil – Ecuador

Noviembre, 2022



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Percepción de artistas respecto a las nuevas formas de consumo de artes visuales contemporáneas en el período post pandemia.

Elaborado por:

WILLIAM ALFREDO LEÓN CARRASCO

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Comunicación audiovisual y multimedia

DOCENTE INVESTIGADOR

Zailyn Brito Lorenzo

CO-INVESTIGADOR

Armando Busquets

Guayaquil, Ecuador

Noviembre, 2022

Nota introductoria

El trabajo que contiene el presente documento integra el Proyecto Interno de Investigación-Semillero ESCENARIO DE LAS ARTES VISUALES CONTEMPORÁNEAS: NUEVAS DINÁMICAS Y RECONFIGURACIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, propuesto y dirigido por la Docente Investigador(a) MGTR. ZAYLÍN BRITO, acompañada de la Co-investigador(a) MGTR. ARMANDO BUSQUETS, docente de la Universidad Casa Grande.

El objetivo del Proyecto de Investigación Semillero es ANALIZAR LAS NUEVAS DINÁMICAS Y RECONFIGURACIONES DEL ESCENARIO DE LAS ARTES VISUALES CONTEMPORÁNEAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL LUEGO DEL IMPACTO DE LA PANDEMIA. El enfoque del Proyecto es CUALITATIVO. La investigación se realizó en la ciudad de Guayaquil. Las técnicas de investigación que usaron para recoger la investigación fueron Entrevistas en profundidad

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo conocer la percepción de los artistas visuales respecto a las nuevas formas de consumo digital de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil en el periodo post pandemia.

Asimismo, a través del enfoque cualitativo, por medio de las experiencias de los participantes se obtiene de manera práctica y acertada las percepciones reflejadas dentro del estudio de caso y con la aplicación de entrevistas a profundidad. Adicionalmente las opiniones realizadas están sustentadas con apoyo de material bibliográfico como parte de las técnicas de investigación.

Consecuentemente, desde el análisis de resultados se encuentra relevante que los artistas visuales contemporáneos se están adaptando a las capacidades de la tecnología y las oportunidades de alcance para la formación de nuevos públicos. De manera que, los participantes opinan que el escenario de las artes visuales contemporáneas en Guayaquil se está expandiendo y está en constante aprendizaje debido a que la pandemia presenta la oportunidad de encontrar caminos no recorridos por los artistas visuales.

Además, a través de la investigación se entiende de mejor manera el comportamiento de los públicos, su manera de acercarse al arte y las nuevas formas de consumo existentes en la ciudad de Guayaquil.

Lo que nos lleva a la conclusión de que la tecnología es un ente incomprendido que está esperando ser útil para todas las partes de la sociedad, no solo para comercializar en un mundo globalizado. Sino también para repartir la cultura y conocimiento de las civilizaciones para las civilizaciones.

Palabras clave: Artes visuales contemporáneas, nuevas formas de consumo, digitalidad, plataformas digitales.

Abstract

This research aims to understand the perception of visual artists regarding the new forms of digital consumption of contemporary visual arts in the city of Guayaquil in the post-pandemic period.

Also, through the qualitative approach, through the experiences of the participants the perceptions reflected in the case study and the application of in-depth interviews are obtained in a practical and accurate way. Additionally, the opinions made are supported by bibliographic material as part of the research techniques.

Consequently, from the analysis of results it is relevant that contemporary visual artists are adapting to the capabilities of technology and scope opportunities for the formation of new audiences. So, participants believe that the scenario of contemporary visual arts in Guayaquil is expanding and is constantly learning because the pandemic presents the opportunity to find paths not traveled by visual artists.

In addition, through research is better understood the behavior of the public, its approach to art and new forms of consumption in the city of Guayaquil.

Which leads us to the conclusion that technology is a misunderstood entity that is hoping to be useful for all parts of society, not just to market in a globalized world. But also to distribute the culture and knowledge of civilizations for civilizations.

Keywords: Contemporary visual arts, new forms of consumption, digitality, digital platforms.

Tabla de contenido

Introducción	1
Antecedentes	3
Problema de investigación	7
Justificación	7
Marco conceptual	9
Arte contemporáneo	10
El arte a contratiempo	11
Transformaciones de las Artes Visuales Contemporáneas	12
Nuevas formas de consumo	14
Transmedia	14
Estado del arte	15
El arte en tiempo de pandemia	15
Creación artística durante la pandemia	16
Espacios artísticos	16
Objetivos de investigación	17
Objetivo general:	17
Objetivos específicos:	17
Diseño metodológico	18
Enfoque	18
Método	19
Estudio de caso	19
Instrumentos de investigación	19
Entrevista	19
Estudio teórico	20
Nivel de investigación	20
Objeto de estudio	20
Categorías de Análisis	21

Consideraciones éticas	22
Resultados	22
Análisis descriptivo	23
Nuevas formas de consumo	23
Cambios en la forma de consumo de artes visuales	26
Nuevas oportunidades de consumo post pandemia	27
Discusión de resultados	31
Conclusiones	34
Recomendaciones	36
Bibliografía	37

Introducción

Esta investigación tiene como principal finalidad poner en evidencia las nuevas perspectivas que tienen las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil como respuesta a la digitalización acelerada a consecuencia de los procesos de adaptación de las artes visuales, luego del confinamiento por COVID – 19. Por este motivo, el eje central de la investigación está orientado hacia los procesos de consumo que aparecen a partir de la emergencia sanitaria, siendo las galerías o espacios de exhibición una vía que a momento actual se está retomando de a poco. De manera que, el auge de la virtualidad trae un fenómeno interesante en el comportamiento del consumidor y en las siguientes páginas se explica de qué manera este cambio es una oportunidad para los artistas de artes visuales.

Asimismo, la pandemia condicionó todo tipo de relaciones sociales y el aislamiento complicó cada vez más los eventos de concurrencia, de manera que, los dispositivos y las plataformas digitales se vuelven los nuevos espacios de consumo a partir de este suceso. Este acontecimiento mundial trajo consigo considerables cambios que produjeron que la mayoría de artistas migren hacia nuevas formas de hacer que sus proyectos sean vistos, comprados o simplemente consumidos por sus audiencias. Según Rodríguez (2021) “A largo plazo, la aceleración de las tecnologías también plantea la cuestión del futuro de la experiencia museística” (p.27)

Tal y como menciona Ivonne Rodríguez en su tesis “Paradigmas del arte post COVID – 19”, la relación del sujeto con la obra, no es más que la experiencia estética

momentánea debido a que solo sucede mientras se percibe. Luego de la exposición se convierten en objetos especulativos: “En la galería de arte se da un fenómeno exclusivo en donde a las piezas se le da una carga aurática, una presencia real”. (Rodríguez, 2021).

Por esta razón, esta investigación analiza de manera cualitativa cómo han evolucionado las maneras de consumo. Teniendo en cuenta que las herramientas digitales abren puertas hacia públicos que tal vez no tienen acceso a espacios de exposición de arte, asimismo, con herramientas digitales la medición de aceptación de la obra es medible de manera más rápida y se logra tener retroalimentación de la obras visual en tiempo real de forma instantánea y luego se corrobora de manera tradicional con la nota o las impresiones de críticos de arte. De esa forma se puede estudiar la manera de llegar a mercados nuevos, sin dejar de lado el principal objetivo, entender el comportamiento del consumidor. Las artes visuales contemporáneas a pesar de los problemas durante la pandemia han encontrado la luz en hibridar la forma en que exponen y promocionan sus productos. Por lo tanto el objetivo que rige este proyecto de investigación es, conocer las limitaciones que tienen los artistas con respecto al consumo del arte de manera convencional, y de la misma manera, entender los procesos que han tenido que lograr para mostrar su arte a través de canales digitales. Esa es la forma en que el arte contemporáneo reacciona respondiendo a las necesidades y adaptaciones que deben tener los espacios de exhibición, tomando en cuenta que, también es necesario implementar plataformas digitales para el correcto proceso y alcance del consumidor.

Por lo tanto, a través de la aplicación de entrevistas y procesos de observación de campo se conocerán las percepciones de cada uno de los actores del proceso de consumo. De manera que, nos permitan determinar acertadamente la funcionalidad en los canales de venta convencional junto con la implementación de las muestras de arte visual de manera remota.

En consecuencia, en esta investigación se analizarán todas aquellas prácticas que hacen efectivo el proceso entre los artistas y el consumidor en los distintos espacios y plataformas de exposición de arte.

Antecedentes

El inicio de la pandemia originó el bloqueo de muchos artistas que se encontraron con una encrucijada, al no tener claridad sobre cómo subsistir si los eventos de concurrencia ya no eran posibles. Con el paso del tiempo, las adaptaciones realizadas por la emergencia sanitaria lograron que los diferentes actores del mercado del arte demuestran su originalidad, tomando como impulso para innovar, un problema que detuvo el mundo entero.

El arte como tal, responde a la capacidad humana de manifestar su cultura y entendimiento de su entorno directo y según Brito (2016) “el término arte proviene de la palabra latina ars y el vocablo griego téchne, pero el campo semántico de ars y de nuestra palabra arte registró una compleja y paradójica contracción y expansión”, explica el docente.

Si hacemos un recuento de los inicios del arte contemporáneo en Ecuador, la década de 1990 es el momento en que se da pie a los primeros acercamientos que realmente hacen notar los cambios en el paradigma de las artes visuales como una manera de transición y transformación.

En la actualidad, el impacto para el mundo al verse radicalmente interrumpida su cotidianidad y sobre todo las innumerables víctimas fatales de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), ha generado reflexiones acerca de la nueva normalidad post-pandemia.

“Más allá de la temporalidad y conceptualizaciones que sobre el término puedan existir, el acercamiento al campo de la visualidad en el Ecuador permite entender lo contemporáneo no como una categoría occidental aplicada al arte en un periodo histórico social concreto, sino como noción que explica los modos de producción y circulación de propuestas artísticas que intentan romper con la tradición plástica nacional hasta la década de los ochenta (Batista, 2013).

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, el proceso cultural inevitablemente guía a la sociedad actual hacia lo digital. Por lo tanto, entendiendo las expresiones de arte como maneras de ver el mundo e interpretar la sociedad ¿qué ocurre cuando el paradigma de consumo de arte se ve trastocado? ¿Qué ocurre con los procesos acostumbrados al consumo de arte?

Debido a esta problemática, en la ciudad de Guayaquil los espacios para la exposición de las artes visuales se ven mermadas por la falta de estrategias que den oportunidad a los

artistas de dar a conocer sus obras artísticas. De manera que, la mayoría de artistas guayaquileños logran sus producciones a través de asociaciones particulares o el alquiler de espacios privados utilizados específicamente para fines artísticos, tal es el caso del Museo Antropológico De Arte Contemporáneo, lugar donde periódicamente se realizan exposiciones con artistas locales y extranjeros.

Durante el tiempo que lleva el post confinamiento, la nueva realidad acarrea una narrativa distinta bajo circunstancias en las que nunca se creyó estar inmersos. Las restricciones sanitarias obligaron a todos y cada uno de los espacios públicos a cerrar sus puertas y, por ende, los ciudadanos de Guayaquil prácticamente privados de libertad. En los últimos tres años a partir de la emergencia sanitaria el mundo se ha visto en la necesidad de encontrar nuevas formas de entretenimiento para poder sobrellevar la pandemia.

Actualmente, las plataformas digitales son una herramienta útil para suplir la necesidad de espacios físicos para generar contacto con los consumidores de artes visuales. Estas adecuaciones sociales, también se evidencian en las formas de compra, debido a que ya no es estrictamente necesario que se haga la negociación en un punto de venta. Hecho contraproducente porque al ser un proceso que está iniciando a implementarse. Los productores deben ajustar sus presupuestos para invertir en canales de exposición en línea y esperar a que alguien los cotice. Este es un problema grave, ya que sin tener el conocimiento necesario para gestionar la venta de manera digital las pérdidas en ese sentido son por desconocimiento.

Por otro lado, las redes sociales se volvieron el mejor aliado para generar exposición de artistas y el alcance de las herramientas digitales son cada vez más importantes para que el consumidor llegue al producto de manera segmentada. De este modo, la pandemia causó la incursión de varias formas en que se puede comercializar y hacer partícipe a las personas del proceso de apreciación y/o compra de productos artísticos. Es decir, que a través de métodos digitales se logra llegar a las personas que realmente van a apreciar el producto.

La aparición de la web 2.0 hace de los procesos convencionales métodos que quedan para recordar lo que una vez fue. Esto debido a que la evolución digital que trae la web 2.0 radica en el uso multiplataforma con la finalidad de llevar las narrativas visuales con un mayor impacto sensorial a los ya acostumbrados.

“Nos hallamos en un punto de inflexión en el que los receptores se convierten también en emisores y el flujo de la información ya no es unidireccional. Del mismo modo, los usuarios que antes eran meros consumidores de productos audiovisuales creados por otros, ahora adoptan papeles más activos, son diseñadores de sus propias creaciones y participan en todo el proceso creativo, formando parte de la historia y controlando aspectos estéticos e iconográficos (Meadows, 2003, citado por Villalustre, 2014).

De esta manera, la capacidad de comunicar a distancia se convierte también en un arte, el hecho de poder generar emociones a partir de imágenes sin explicar el acontecimiento o contextualizar hace que el actual escenario cultural tome forma multidireccional en múltiples plataformas y formatos.

Por lo tanto, el fenómeno post-pandemia se trata de una nueva normalidad que obliga a los artistas visuales a generar propuestas que logren prescindir de los espacios físicos. Siendo este un reto que pone a prueba las dinámicas de consumo y asimismo, la formación de distintos canales de comunicación para gestionar de manera óptima cada una de las etapas de promoción y venta.

Es así que el fenómeno post-pandemia se trata de una nueva normalidad reconstruida a partir de nuevos protocolos, donde el espacio y el individualismo han cobrado mayor protagonismo. Sin embargo, esto denota toda una nueva disciplina que controla la libertad de movimiento que antes teníamos, destruyendo la dinámica de lo social y acabando con los rituales y las costumbres de crear experiencias junto a otros.

Problema de investigación

Cambios en la forma de consumo de artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil como efecto post pandemia

Justificación

Esta investigación indaga de manera cualitativa los procesos de consumo de arte contemporáneo de la ciudad de Guayaquil, respondiendo a las nuevas formas y adaptaciones que deben tener los espacios físicos, como también las plataformas digitales

para el correcto proceso y alcance de quienes son consumidores de las artes visuales propiamente.

Según Sebastián Urrutia (2019) la transmedia es “el uso interactivo de la comunicación mediada, pasando desde una lógica basada en escuchar y mirar (tipo predicatorio), a otra de producir y circular contenidos (tipo conversatorio), que ha difuminado las barreras que separaban a medios de comunicación de audiencias.” (Urrutia,2019). Por este motivo, es importante que, en el transcurso de la investigación, se evidencie cada una de las consecuencias a causa del acelerado proceso de digitalización social como efecto post pandemia y desde esos hallazgos encontrar las posibilidades existentes para mejorar la experiencia a través del nexo analógico - digital en espacios destinados para los artista visuales y la exposición de los mismos. Es así que, siendo la migración de analógica a digital una ruptura de fronteras inter formato necesaria para sobrellevar la resistencia de la gente a la presencialidad, las aproximaciones de la investigación deben dar cuenta de la adopción de métodos transmedia como respuesta a nuevos procesos semi-presenciales de acuerdo a la demanda exponencial de contenidos digitales.

Es por eso que de manera exploratoria, se busca analizar las posturas que tienen artistas, docentes y consumidores con respecto a las nuevas vías de comunicación y consumo, siendo el arte visual contemporáneo una rama que tiene la capacidad de mutar y flexibilizarse para llegar a las personas.

De manera que, una de las aristas dentro de la investigación, es determinar los hábitos de consumo de quienes acostumbran a visitar espacios de exposición o espacios virtuales diseñados para las distintas ramas de la expresión de arte visual.

Este proyecto es de alcance cualitativo, por lo que es pertinente emplear instrumentos de recolección de datos que nos muestran de primera mano el comportamiento de cada participante del proceso de consumo, siendo el estudio de caso la vía que llevará la investigación y las entrevistas como técnica con el objeto de obtener puntos de vista cercanos a la cotidianidad del problema de investigación.

Por este motivo, es de interés para esta investigación analizar las distintas posturas que tienen los artistas de artes visuales con respecto a esta ola de cambios en el consumidor, situación que de llevar a comprender las nuevas formas de consumo en la ciudad de Guayaquil.

Marco conceptual

Todo este bagaje de información, de conocimiento y de pequeños acercamientos a lo fue en esencia, son las bases de lo que en esta investigación de tesis tomaremos como punto de partida. Sin embargo, para estructurar el eje hacia dónde debemos llegar al final del proyecto de investigación. Se debe indagar también en las causas principales que definen los distintos estilos artísticos con el afán de entender las motivaciones más allá de las pinceladas o bien el modelado de la escultura.

Arte contemporáneo

Considerando el arte como parte fundamental del desarrollo y evidencia de la existencia de las naciones, este debe tener características que contemplan la posibilidad de lectura interpretativa sujeta a los cambios temporales de acuerdo al contexto en que existe. Entonces, entendiendo que el arte es un conjunto de significaciones en un momento específico de la historia, “comprendemos que el arte es siempre contemporáneo porque pertenece siempre a una creación de formas en el espacio de lo contemporáneo, en el espacio de una actualidad, y que en esta actualidad el arte da a sentir, en primer lugar, a ver, si hablamos de artes plásticas”. (Luc-Nancy, 2015, p. 23)

El arte contemporáneo como tal, es una manifestación que marca el precedente de las formas de arte que dan voz a las problemáticas que suceden en el tiempo en que las obras son creadas, de manera que el arte contemporáneo en un estilo artístico que toma recursos de la cotidianidad social para poder diseñar contextos poco convencionales, de manera que desembocó en la manifestación crítica a la nueva sociedad de consumo y de producción en masa.

Entonces, en el sentido estricto de la palabra, el arte contemporáneo se distingue por tener varios enfoques que revolucionaron la institución del arte, como parte de la disociación con los modelos tradicionales o su carácter crítico y experimental. Por lo tanto, como afirma Jean - Luc Nancy en su libro “El arte hoy” es el arte del ahora, es una manifestación artística ocurrida en el instante y al momento en que el público lo percibe. Es decir, que bajo esta concepción las obras son la conceptualización de ideas, dolores sociales y una respuesta antropológica a cada etapa de la historia de las culturas.

El arte a contratiempo

Dentro del campo de las artes y de la historia que representa dentro de la cultura de los pueblos y civilizaciones (Hernández, 2020). Detalla a través de su investigación los vestigios de la forma en que la evolución y crecimiento del arte. Misma que es influencia de lo que entendemos como artes visuales, y a momento actual como las artes contemporáneas tienen mucho de distintas culturas.

Entonces, partiendo del hecho que el arte es la manera en que las culturas expresan su cosmovisión; se debe entender que la sociedad en su cotidianidad actual da cuenta de la necesidad de querer trascender. “El nacimiento del sujeto estuvo ligado a la sujeción a un tiempo que ya no era el de los cuerpos sino un tiempo ajeno, el de la sucesión y la repetición acelerada de lo mismo que favoreció la creación de esclavos temporales”. (Hernández, 2020)

Es decir, que si se especifica estrechamente en las artes visuales. La pintura, la escultura y las artes plásticas dan cuenta que existe la capacidad de entender de manera sensible lo entrópico de la cotidianidad y la belleza que se puede rescatar de ahí. De manera que, en los hallazgos se debe evidenciar a través del arte un llamado a la acción o un grito desesperado para encontrarnos nosotros mismos.

Asimismo, rescatar que, dentro de lo escrito en este libro existen perspectivas que documentan detalladamente la manera en que el arte ha evolucionado de la mano de las civilizaciones, de manera que, desde el inicio en la pintura rupestre, se describe el inicio de

las civilizaciones en los ríos Tigris y Éufrates. Hasta llegar a nuestra actual metrópolis caótica donde cada quien vive su vida sin esperar a nadie.

Entonces, la pertinencia de este libro en la investigación es basta porque a través de sus páginas guía de manera concreta y con ejemplos claros el avance de las formas de arte y la manera en que la influencia de distintas épocas se ve plasmada en los nuevos estilos y subramas de las artes contemporáneas. Se sabe también, que cada estilo nace a partir de una problemática o de una situación social. Tal es el caso de la pintura naturalista, que a través de sus escenarios vividos mostraba la cotidianidad de aquellos siglos. En contraste, en siglos anteriores la pintura clásica se usaba para contar historias y darles cara a deidades.

Por otro lado, también muestra cómo el tiempo cada vez preocupa más y la llamada “cronofobia” toma más fuerza a causa de la necesidad o la urgencia de recuperar el tiempo perdido. Después de todo, si algo no se puede controlar es el avance del tiempo y a consecuencia de eso, es vivir en un constante ciclo de querer saber hacia dónde es correcto ir. Todo el tiempo es necesaria la búsqueda de inspiración porque se perdieron las musas entre tantos problemas donde la creatividad se apaga por pensamientos esquematizados y sin capacidad de ser flexibles con el mundo.

Transformaciones de las Artes Visuales Contemporáneas

El autor Sergio Villena afirma que: “contemporáneo es el arte entendido como un conjunto de prácticas sociales que trabajan en torno a la articulación dialéctica entre conceptos, emociones y formas sensibles que se está haciendo ahora” (Villena, 2021).

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, se puede decir que, con el paso del tiempo lo que se conoce como arte visual contemporáneo se ha mantenido evolucionando con el avance del tiempo y transformaciones sociales. Inevitablemente se crean nuevos valores, discursos, y al mismo tiempo constantemente se reestructura su forma de ser exhibida y receptada por el público.

Entrando específicamente al arte contemporáneo en la ciudad de Guayaquil, es notable la reestructuración que este ha vivido. El arte pasa de ser exhibido en museos y galerías, a ser pintado en calles y con la coyuntura actual se opta a ser exhibido en plataformas digitales, dándole un entorno virtual a las prácticas de exhibición que antes no lo tenían como necesidad. En consecuencia, existe una clara conexión entre las artes visuales contemporáneas con los acontecimientos circundantes en la cotidianidad, ya que esta relación nutre en ambos sentidos lo que al final se percibe como proceso de consumo.

El artista Saidel Brito (2016) enfatiza que: “La percepción y recepción de las Artes Visuales involucra cada vez más a otros sentidos, la sinestesia (percepción conjunta o interferencia de varios tipos de sensaciones de diferentes sentidos en un mismo acto perceptivo)” (Brito,2016)

Nuevas formas de consumo

La hibridación de los procesos de consumo del arte, son una de las consecuencias post confinamiento. Hecho que cambia la percepción total del mundo artístico visual, marcando un antes y un después en las artes visuales contemporáneas.

Por ende, los artistas actuales son propulsores de sus propias muestras de arte, dejando de lado las maneras convencionales de llevar sus obras hacia el espectador, esto denota métodos para encontrar distintos canales en que de manera efectiva pueden llegar a muchas personas sin pensar en el aforo que deben cumplir o cuánto tiempo tome gestionar el las fechas de exhibición. Encontrando en este momentáneo obstáculo una oportunidad de mayor alcance y así darle una mejora a las maneras convencionales y contemplativas de apreciación de sus obras. De manera que, la producción artística post pandemia es un fenómeno creciente en la forma en que el carácter simbólico de cada obra de arte hace parte del pensamiento enriqueciendo las perspectivas de apreciación en la comunicación estética

Transmedia

En términos sencillos se establece que el transmedia cuenta una historia a través de varias plataformas y formatos. De manera que, con base en una historia central, se pueden ramificar sub-historias que complementan y continúan con la trama principal. Este método de comunicación, hace que expandir una narrativa logre mantener al espectador más tiempo con la obra. Es decir que, al llevar un proceso analógico a lo digital, antepone la interactividad a través de un canal digital para lograr prescindir de un espacio físico.

“En la actualidad, el término “prosumidor” se aplica también al campo de las comunicaciones empleado para definir a los “nuevos espectadores”, al consumidor activo, que es a su vez consumidor y generador de contenidos” (Ascariz, Borchardt, & Negro, 2016). La narración transmedia es entonces la narración de eventos y sucesos independientes y autónomos de la misma historia. Esto con la finalidad de hacer al espectador inmerso dentro de las significaciones de la experiencia sensorial, como manera de hacer más rica la recepción de información. Cabe recalcar que, con esta nueva narrativa en las artes visuales la incursión de multiplataformas potencia significativamente las capacidades de los artistas para generar propuestas más ingeniosas y enriquecedoras para atraer a sus consumidores. Destacando también el rol del espectador que a través de la retroalimentación como parte del proceso de comunicación que en un constante canal de comunicación que lo llevará directamente a la compra, siendo el marketing de contenidos una de las piezas claves al usar el transmedia como parte de la persuasión a la compra.

Estado del arte

El arte en tiempo de pandemia

En el marco de lo acontecido durante el confinamiento y proceso de pandemia Aurora García realiza un estudio y reflexión acerca de la forma en que el arte está fuertemente relacionado con las emociones, siendo este el gatillador para la creación artística. En su artículo “El arte en tiempo de pandemia”(2020) profundiza al arte como pilar fundamental de la cultura de los pueblos también es síntoma de nuestra necesidad por

ser escuchados. Por otro lado, García también hace notar que la pandemia ha generado cambios permanentes en las dinámicas sociales. El aislamiento a inicios de la pandemia hizo adaptaciones en las presentaciones. Los artistas pasaron de estar en galerías y teatros a subir sus productos a redes sociales o en el caso de los bailarines a danzar en su sala a través de una cámara. Y a propósito de esta nueva normalidad García afirma que, también existen nuevas vías de consumo debido al acelerado crecimiento de internet y el resurgimiento de muchas expresiones artísticas debido a la pérdida de los espacios de difusión presencial.

Creación artística durante la pandemia

Trata de manera abierta la conexión que existe entre la recesión del arte y las repercusiones que está sufriendo la industria de entretenimiento y cultura artística debido a la coyuntura. Por lo tanto, sirve como uno de los primeros indicios para poder achicar el terreno, en el sentido de que se afirma particularmente de cómo se ha iniciado a generar arte mientras estamos bajo medidas de bioseguridad. Cuenta como los festivales, eventos masivos y demás exposiciones de arte se vieron afectados por las condiciones críticas que padeció el mundo entero. En consecuencia, esto nos ha obligado a encontrarnos con nuestro ser creativo para buscar alternativas de generación de contenido, de producción de arte y en algún momento tomar este aprendizaje e incorporarlo al nuevo mundo.

Espacios artísticos

Históricamente, las instituciones culturales han sido protagónicas en generar políticas y espacios culturales que conservan y potencian el desarrollo del arte como patrimonio de la sociedad (Brito&Brito, 2013).

Es decir, que estas instituciones tienen la capacidad de ampliar los puntos de exhibición de arte. Al ser de dominio gubernamental están sujetas a incentivar la expresión artística y de esa manera las vías para aproximarse al arte contemporáneo serán cada vez más accesibles para público que se interesa realmente.

Por otro lado, “la palabra “público” no hace referencia a una persona en particular sino, en esencia, se refiere al papel que nos vemos forzados a desempeñar en base a nuestra experiencia” (Steinberg, 1972 citado por Ibarra, 2021). Por lo tanto, al emplear políticas públicas, el estado puede implementar de manera gradual apertura a artistas que incursionan en la rama del arte visual contemporáneo, siendo esta una oportunidad para que más artistas muestren sus interpretaciones acerca de este estilo artístico.

Objetivos de investigación

Objetivo general:

Conocer la percepción de los artistas visuales respecto a las nuevas formas de consumo digital de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil en el periodo post pandemia.

Objetivos específicos:

1. Identificar los cambios en el público de las artes visuales contemporáneas durante el periodo post pandemia.
2. Explorar las nuevas formas de consumo de las artes visuales contemporáneas post pandemia en la ciudad de Guayaquil
3. Conocer las oportunidades generadas para el consumo de las artes visuales contemporáneas en el periodo post pandemia.

Diseño metodológico

Enfoque

Para este proyecto es conveniente un enfoque cualitativo para llegar de mejor manera a los resultados esperados luego del correspondiente proceso de datos. Por lo que, empleando entrevistas a personas que conocen el medio de las artes visuales, se logra una aproximación acertada de cada actor dentro del proceso de consumo. “La investigación cualitativa se centra en comprender y profundizar los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente y en relación con los aspectos que los rodean”. (Guerrero, 2016).

Asimismo, para hallar las motivaciones de cada uno de los participantes en el proyecto, se analizará todas las posibles maneras en que las artes visuales pueden ser apreciadas y compradas. Esto con la finalidad de comprender el fenómeno originado a partir de las nuevas prácticas y adaptaciones digitales que produjeron el cambio de paradigma social con respecto a la migración multiplataforma.

Por lo tanto, para describir el contexto en el que se desarrolla este estudio se realizarán revisiones bibliográficas para poder precisar de manera correcta y comprender de mejor manera los fenómenos sociales que se explicarán.

Método

Estudio de caso

Según Simons (2009), el estudio de caso es una investigación exhaustiva y desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto, política, institución, programa o sistema en un contexto “real”. Se basa en la investigación, integra diferentes métodos y se guía por las pruebas. La finalidad primordial es generar una comprensión exhaustiva de un tema determinado (por ejemplo, en una tesis), un programa, una política, una institución o un sistema, para generar conocimientos y/o informar el desarrollo de políticas, la práctica profesional y la acción civil o de la comunidad.

Instrumentos de investigación

Entrevista

La interacción verbal es importante y es una forma de humanizar la investigación, la técnica de la entrevista hace eso, empatizar con los participantes y generar confianza a través de preguntas que guían la conversación con cada uno de los entrevistados, pero no de manera rígida debido a la adaptabilidad que debe tener el investigador para mantener al entrevistado dando información. De manera que es conveniente una entrevista no estructurada para poder llegar más lejos con preguntas espontáneas que aparecen en medio de la conversación y sondear de forma precisa la percepción dentro del tema de investigación.

Estudio teórico

Por parte de la recolección de datos a partir de bibliografía, entendemos que el primer acercamiento al contexto de la investigación y el correcto desarrollo de conceptualización es un apoyo fuerte en el establecimiento de la base teórica sobre la que se fundamenta la investigación. Consideremos la opinión de Lincoln y Guba (1985) la indagación naturalista se debe juzgar por la dependabilidad, entendida como un proceso sistemático y la autenticidad que incluye tres criterios, 1) la conciencia reflexiva acerca de su propia perspectiva, 2) la apreciación de las perspectivas de los otros y 3) la imparcialidad en las construcciones, descripciones, representaciones y valores en los que se sustentan (p. 503) .

Nivel de investigación

Esta investigación es de carácter exploratorio ya que se busca identificar los parámetros y valoraciones de los entrevistados, además de las percepciones acerca de los espacios destinados al consumo de arte. Asimismo, esta investigación es de carácter transversal, pues se da en un determinado periodo de tiempo.

Objeto de estudio

Esta investigación analiza las percepciones de artistas de las artes visuales contemporáneas con la finalidad de conocer el comportamiento del público con respecto a las configuraciones en el escenario de las artes visuales contemporáneas de la ciudad de Guayaquil. Asimismo, es de interés analizar y encontrar indicios que aclaren las nuevas formas de consumo de artes visuales contemporáneas.

Categorías de Análisis

Para generar una medición ordenada de los resultados luego de la exploración. La construcción de las categorías de análisis, es necesaria para distribuir las respuestas obtenidas y lograr concluir de mejor manera cada objetivo establecido en esta investigación.

Objetivo específico	Categoría	Subcategoría	Código
Explorar la nuevas formas de consumo de las artes visuales contemporáneas post pandemia en la ciudad de Guayaquil	Nuevas formas de consumo	Espacios multiplataforma / multiformato	EMM
		Implementación de medios digitales	IMD
		Virtualidad	V
Identificar los cambios en el público de las artes visuales contemporáneas durante el periodo post pandemia	Cambios en la forma de consumo de artes visuales	Medios digitales	MD
		Nuevos procesos de consumo	NPC
		Oportunidades en la transmediación	OT
Evidenciar las oportunidades para el consumo generadas a partir de la nuevas formas de consumo de artes visuales en el periodo post pandemia	Nuevas oportunidades de consumo	Implementación en plataforma digitales	IPD
		Nuevos procesos de publicidad	NPP
		Oportunidad para las artes en la digitalidad	OAD

Consideraciones éticas

Dentro del proceso de la investigación, los participantes involucrados en la obtención de datos serán informados de cada una de las etapas de su participación antes, durante y después de acceder a conversar con el investigador.

Asimismo, para establecer legalidad en las acciones respecto a las opiniones vertidas por cada participante se da conocimiento al entrevistado de la documentación de conocimiento informado de uso o negación del material obtenido durante la obtención de datos cualitativos. De esta manera, mantenemos transparencia y mostramos el interés por la comodidad y consideración para no vulnerar la integridad de la persona entrevistada. Esto como muestra hacia lo que representa su trayectoria y conocimiento dentro del medio.

Al ser una investigación de carácter cualitativo y luego de los efectos ocasionados por la pandemia por COVID - 19 el proceso de levantamiento de datos se establece con la potestad y apertura a ser de manera virtual a través de canales digitales. Por lo tanto, no se obliga a los participantes a tener acercamientos de manera presencial.

Resultados

Para la presente investigación, se han entrevistado a un total de cinco participantes que corresponden al medio artístico debido a que son la primera línea de consumo de artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil. La pertinencia de sus respuestas corresponde a la búsqueda del tratamiento de nuevos públicos, la formación de los mismos y las nuevas formas de consumo o innovaciones para alcanzar de mejor manera al público de las artes visuales.

Entrevistados:

Enrique Vinueza (Artista visual)

Alex Cruz (Estudiante de artes en Universidad de las artes)

Lisbeth Carvajal (Gestora y artista de artes visuales)

Andrea Mejía (Artista visual)

Kimberly Yagual (Artista Visual)

Análisis descriptivo

Nuevas formas de consumo

En lo que respecta a los cambios que surgen a partir del confinamiento obligatorio, existen distintos puntos de vista acerca del hecho de que para una parte de los entrevistados el contexto pandemia no trajo ningún cambio para sus procesos debido a que su adaptación fue producir con calma para poder estar listos y tener algo que mostrar al público. Tal y como comenta Lisbeth Carvajal en su entrevista: “ En mi línea artística en mi proceso personal se dio que había un interés previo, previo a la pandemia. Que era indagar lo que era la animación, venía trabajando, venía a un ritmo súper como casi sin parar en mi parte artística que no me había permitido todavía sentarme hacerlo y que luego en la pandemia fue, este es mi momento de hacerlo y, de ahí indagué un poco más y creo que lo he mantenido y lo he seguido explotando, que tiene que ver más con llevar mi práctica que se desarrolla más en la parte del dibujo en la parte digital” (Carvajal, 2022)

Aunque la pandemia también fue causante de empujar a los artistas a incursionar en nuevas maneras de llegar al público a través de medios digitales, existe un poco de escepticismo por parte de los participantes que describen la pandemia como una oportunidad para que los artistas salgan de su zona de confort e ingenien maneras en que la tecnología sea una herramienta para lograr salir del taller sin necesidad de salir del espacio físico. De esta manera, hacer de las propuestas físicas solo una decisión del autor. Andrea Mejía, artista visual menciona en su entrevista que: “el arte es maravilloso y tan infinito que tienes para evidenciar una propuesta artística en cualquier espacio, siempre y cuando sepas generar un buen diálogo entre tu propuesta y espacio, y eso es primordial” entendiendo que cada artista es capaz de proponer desde la limitación.

Cada artista es capaz de encontrar el camino que se ajuste a su necesidad artística y de esa manera lograr sobrellevar una situación compleja como la pandemia. Por su parte, Enrique Vinuesa expresa que el ambiente digital “es un terreno que recién se está trabajando pero es como que lo que yo he visto cotidianamente, la gente va a las muestras y ve el registro fotográfico de las obras y luego en las redes sociales, eso es como yo lo he visto hasta ahora, pero exposiciones digitales se están haciendo no es que no se estén haciendo porque la gente no quiera, es que recién es un terreno que recién se está encaminando, todo tiene su proceso”.

Si se toma la perspectiva desde las herramientas digitales para consumir artes visuales, actualmente existe cierta incertidumbre sobre la utilidad que representa la aplicación de este recurso. Pero así como existe resistencia hacia lo desconocido, incursionar y experimentar de manera progresiva puede llevar las muestras artísticas a un

nivel más amplio en el sentido de las audiencias, del alcance de los públicos y trabajos colaborativos. De manera que, cada vez es más factible la integración de públicos a través de plataformas digitales y el trabajo colaborativo se convierte en una posibilidad generando una comunidad artística más amplia. Lisbeth Carvajal opina: “creo que tiene que ver con un sentido de generar comunidad, porque no es solamente pienso que no es solo dar el objeto o la obra sino más bien la experiencia y en la experiencia entran muchos factores”. Es decir, que la digitalización puede ser un camino transitable si está dentro de los planes de la producción y es una oportunidad para expandir el terreno y la manera de entregar el producto al público.

Por otro lado, la virtualidad representa una forma de alcanzar espacios digitales y no solo galerías físicas, de tal manera, se logra hacer vitrina de las muestras a través de redes sociales con apoyo de la publicidad que ofrecen. La inmediatez de la que tanto se habla actualmente a causa de la redes sociales y de la demanda alta de contenido hace que los canales de este tipo sean una herramienta que impulsa a mayor escala lo que antes se quedaba solamente en un poster o flyer pegado en la cartelera, a lo que Kimberly Yagual opina que:

“El mundo digital por su medio uno puede informarse más rápido lo que está pasando o si bien uno puede asistir a una exposición física para ver la contraparte virtual o también las páginas webs donde se puede encontrar no solo la exposición o las obras sino también las reseñas” (Yagual, 2022).

Cambios en la forma de consumo de artes visuales

En primera instancia los artistas consideran y coinciden en que las plataformas digitales existen y son útiles en la diversificación de las artes visuales, pero no significa que sean el único camino para llegar a más público. Las posibilidades que ofrece la digitalidad ayudan a mostrar los procesos que tienen los artistas en la elaboración de sus muestras. Por lo tanto, mostrar el proceso es también una forma de conectar con el público. Según Lisbeth Carvajal:

“llegar a un público externo, un público que no esté en nuestro medio inmediato, crear una comunidad más amplia que la gente conozca más sobre nuestros procesos que a veces muchas veces los procesos de los artistas son hacia dentro en sus talleres, sus espacios, creo que más allá de la obra no solamente crear la obra sino también el proceso” (Carvajal, 2022).

De manera que, al ser las plataformas digitales una oportunidad que progresivamente se está explorando por los artistas, la migración del espacio físico hacia los espacios digitales es un proceso que trae beneficios para artistas y nuevos públicos.

Los públicos también deben sufrir adaptaciones a ciertos cambios que nacen de la necesidad de consumir arte y mirar las propuestas desde nuevas perspectivas. El uso de redes sociales se disparó en el transcurso del confinamiento obligatorio en 2020. Esto logra que la vitrina digital se sume al portafolio de los artistas. “Ya no veía solamente de los libros la información sino también la veía desde instagram directamente, específicamente desde instagram porque instagram se dedica mucho más a la imagen, no iba a buscar estos

mismos contenidos en tik tok o en Facebook”, afirma Vinueza.

La necesidad de buscar referentes o conectar con la audiencia es un factor que también hace que las formas de consumo tengan giros hacia lo digital. Conectar para generar comunidad es determinante en este medio flexible a las demandas comunicacionales. La capacidad de encontrar maneras en que la obra innove solo está limitada por la creatividad de su autor y en la opinión de Andrea Mejía entendemos que las plataformas digitales son herramientas que sirven para expandir historias, sensaciones y experiencias que enriquecen una muestra artística. Esto pone de manifiesto que la implementación digital como una manera de expandir el universo creativo, es sin más un camino que se puede seguir sin temor pero con responsabilidad. Y se entiende que, los procesos creativos son los que deciden cuándo es adecuado el digital en una muestra. “(...) tiene que ver mucho con los intereses o también el diálogo que se puede generar entre ambos, porque también es súper interesante cuando vas a una muestra presencial física y te encuentras con una obra, con códigos QR para que te lleven a otro espacio donde la obra continúa” expresa Andrea.

Nuevas oportunidades de consumo post pandemia

A lo largo de esta investigación se evidencia la necesidad de herramientas digitales incluso para hacer una entrevista de manera inmediata y sin retrasos. La virtualidad, representa un papel en el que avanzar cada vez más rápido es inevitable y que la sociedad debe adaptarse a esa velocidad porque sino le seguimos el ritmo simplemente quedaremos atrás sin la capacidad de ser visibles en este mundo digitalmente globalizado.

Por esta razón, las oportunidades que presenta la digitalización inician con enseñar tu arte a través de los medios en que te sientes cómodo, que para Enrique Vinueza significa que:

“mostrar tu trabajo en redes sociales siempre va ayudar porque a la final como dijiste es como tú portafolio y que vean tu proceso te puede abrir oportunidades a personas que quieran trabajar contigo o que quieran colaborar contigo o incluso que quieran que les des clases de algo en específico dentro del arte, porque ven que con ese proceso tú sabes manejar tal indumentaria o tal cosa o tal objeto o tal técnica”.

De manera que, la exposición en canales digitales es una puerta muy amplia que permite expandir el rango de alcance para poder hacer contacto con consumidores potenciales que les gusta tu trabajo e ir construyendo público que recomiende el trabajo local. En una opinión similar Kimberly Yagual afirma que:

“Es un poco complicado, hace poco estuve una exposición donde estaban ofreciendo las obras digitales con los nft, el evento se llama Innovalatam fue en el Hilton Colón. La exposición estuvo bien, expusieron la obra física y por otro lado pantallas con obras digital (...) ellos tienen pensado desde ahí vender, comercializar aquí en Ecuador o sino en el extranjero, pero eso es un poco complicado, yo lo entendería como más de consumo, yo pregunté si habían coleccionistas y su respuesta fue inversionistas” (Yagual, 2022).

Esto denota que los beneficios de plataformas digitales y los multiformatos al usarse correctamente solamente logra que las herramientas generen las oportunidades de alcance sin límite. El arte como NFT es una vía que está empezando pero tiene mucha fuerza internacionalmente. Al ser un tipo de arte digital con influencia del mercado de valores se lo trata como un activo por el que vale la pena invertir, convirtiéndose en una nueva forma de consumo de arte visual.

Sin embargo, las audiencias buscan siempre experiencias que los hagan salir de su realidad, razón por las cuales poder hacer de un momento una anécdota, una historia que contar a través de las sensaciones que tuvieron a causa de la muestra artística. De acuerdo a esto Kimberly Yagual expresa que:

“Yo tuve una experiencia de ver una propuesta, estaba en second life en ese juego, era una propuesta de una artista de aquí, había como parte de su obra propuesto cuadros solo para ese mundo virtual entonces si era interesante porque habían como imágenes que se salían de la obra o varias de las figuras de las pinturas estaban por acá como si fuesen esculturas o hacia el mismo espacio, por decir hasta el cielo tenía que ver con la propuesta o hasta la arquitectura que había planteado, entonces sí era interesante porque le vi salida a esta realidad virtual, a este mundo” (Yagual, 2022).

Por otro lado, evidentemente las oportunidades dentro del campo digital se expanden cada vez que encontramos una manera de llegar más lejos. En el caso de público

internacional, la virtualidad es la vía con la que el trabajo local puede empezar a consumirse fuera de la ciudad sin invertir en movilización de las obras. Probablemente, el primer acercamiento sea de manera local, de consumo interno. Pero, en una instancia más ambiciosa se puede ampliar a colaboraciones internacionales como lo expresa Andrea Mejía:

“ Ha sido súper bueno en el sentido que ha podido generar conexiones con artistas de otros países que no hubiera conocido nunca si no hubiese sido por exponer el trabajo en redes sociales y no solamente en otros países sino también puedes generar acercamientos con gestores y artistas locales, que no te conocen muchas veces físicamente porque está en otra ciudad por ejemplo, pero que empieza a generar conexiones a través de redes porque hay diálogos en tu trabajo en tu producción o hay intereses afines y eso a la larga va a generar que se puedan dar proyectos y que puedes llevar proyectos expositivos de Guayaquil a Cuenca a Quito que puedas generar otro tipo de trabajo colaborativo y eso es bueno es positivo”.

Asimismo, Lisbeth Carvajal comenta que:

“definitivamente las redes sociales, lo digital y la creación de proyectos, aquí en Guayaquil no se pero te puedo hablar de uno que participe personalmente, uno que creo Paulina Leon es un proyecto que se llamó correspondencias y que la idea de ella era como que tener comunicación varios artistas aquí de Ecuador con artistas de Alemania y la idea era generar un intercambio artístico”.

Esto da cuenta que si la ambición del proyecto es la suficiente, más pronto que

tarde, las exposiciones colaborativas en distintos puntos van a ser un herramienta muy usada por los artistas visuales. De tal forma, que con el uso de herramientas digitales logren expandir el arte local, a una escala internacional.

Discusión de resultados

Luego de la investigación realizada, se comprende que las nuevas formas de consumo se sostienen a partir de la formación de nuevos consumidores que luego de la pandemia ya no solamente asisten a muestras físicas, sino también en recorrer nuevos caminos a través de medios digitales. De manera que, las muestras de arte tengan alcance local y hasta internacional. Estas reconfiguraciones en las artes visuales contemporáneas, proponen un cambio en los procesos de consumo, de manera que, los artistas son quienes han hecho el primer acercamiento luego de la situación pandemia.

A partir de las entrevistas realizadas, también es importante señalar que los cambios originados en la post pandemia son casi inmediatos debido a la urgencia por volver a sentir libertad y volver a vivir experiencias enriquecedoras. De manera que, tras haber usado desmesuradamente dispositivos móviles durante el confinamiento, la virtualidad se convirtió en el mejor aliado de los nuevos consumidores. Situación que origina la necesidad de tener contacto con experiencias nuevas, y fue el arte diversificado en plataformas digitales lo que mantuvo a estos nuevos consumidores al tanto de lo que se está haciendo actualmente.

Estas reconfiguraciones causadas por la pandemia hicieron que la producción no se limite en un solo espacio, de modo que ocasionó la apertura al ambiente digital. La virtualidad empieza a formar parte de las decisiones creativas de los artistas visuales. Los horizontes creativos ya no están limitados, pero sí existe cierta resistencia de parte de artistas que sienten que el arte contemporáneo es un arte que debe ser tangible. Sin embargo, las capacidades que presentan los ambientes en plataformas digitales son muy versátiles, el uso de múltiples plataformas puede hacer de la experiencia del usuario una sensación totalmente diferente y que puede cambiar la percepción de que el arte sólo está en espacios físicos.

Por otra lado, se debe entender que estos nuevos públicos no están obligados a ser ilustrados en las formas sofisticadas de leer el arte visual contemporáneo, sino que son personas que están fuera del sistema artístico que buscan interpretar desde su realidad la propuesta del artista. Esto hace que la apreciación del arte sea, de cierta manera, más pura y menos pretenciosa. Asimismo, con los nuevos públicos empieza a haber mayor demanda creativa para quienes son artistas porque significa que deben visualizarse hacia un público que estuvo encerrado durante mucho tiempo y que consumió mucho contenido digital. Por lo tanto, su capacidad crítica es más amplia que la de un público masificado antes de la pandemia.

La ciudad de Guayaquil tiene una fuerte presencia de artistas que no pasan desapercibidos, esto debido a que al ser un medio en el que la mayoría se conocen, el apoyo a las artes se queda dentro de ese círculo cercano. Sin embargo la pandemia fue

determinante para la expansión de ese círculo. Las redes sociales también tienen parte en esto, la capacidad de alcance que tienen actualmente las redes es impresionante y como con un presupuesto reducido se logra hacer conocer una propuesta o una muestra en lugares más allá de las fronteras de la ciudad.

La presencia de espacios físicos solo depende de la capacidad creativa del artista, la implementación de espacios digitales es cada vez más interesante para expandir el universo de la muestra. Los entrevistados muestran un patrón hacia la internacionalización de su trabajo. Pensar en poder usar la virtualidad para crear espacios donde el público pueda acceder desde cualquier lugar del mundo ya no es una idea tan descabellada, sino una oportunidad para ser visibles y demostrar el potencial que pueden tener las propuestas de la mano de la tecnología.

De la misma manera, los estudiantes y artistas participantes en las entrevistas también expresan lo conveniente que llega a ser el trabajo colaborativo por medio de canales digitales, haciendo que la tecnología sea de bastante ayuda para que las propuestas se visibilicen a mayor velocidad y con una inversión menor, evitando costos de movilización y gestión.

Entonces, tomando en cuenta la congruencia en las respuestas de los entrevistados, es importante destacar que en el acercamiento inicial de la investigación se entendía que el ambiente digital es solo un medio para un fin. De manera que, no se pensaba viable la aplicación de herramientas o plataformas digitales para llegar al público. Entonces, se

asumía por los artistas y consumidores que al hacer muestras digitales y no experimentar sensaciones físicas, por decirlo así, se sacrifica lo material por una experiencia que tal vez sea efímera.

Pero luego de las indagaciones pertinentes, se puede decir que se puede lograr una experiencia totalmente nueva si empleamos una propuesta pensada en digital combinada con elementos dentro de un espacio físico. De tal forma que, el público tenga varios formatos para poder ser partícipes de la muestra.

Conclusiones

Las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil son un campo en constante crecimiento, su expansión hacia la virtualidad sigue un camino que complementa con versatilidad las posibilidades para lograr mayor alcance de públicos.

De la misma manera, la experiencia del consumidor mejora constantemente por la variedad de formas de hacerlo partícipe de la experiencia a través de la aplicación multiplataforma. Por lo tanto, la formación de públicos mejora con el tiempo debido a la expansión de las vitrinas digitales. De manera que, a partir del uso de las redes sociales como canales de comunicación la experiencia de los nuevos públicos es cada vez más enriquecedora.

También se concluye que las adaptaciones de producción y consumo a causa de la pandemia logran que los artistas tengan la necesidad de salir del confort del taller y abrirse camino a través de las plataformas digitales. Es decir, que la necesidad de mostrar su arte y

ser visibles hizo que los roles del artista y del consumidor cambiaran totalmente como una adaptación a las nuevas formas de consumo frente al mundo de las artes visuales contemporáneas. De modo que, se nota un creciente interés en las artes y en poder comunicar de manera eficiente a través de distintos dispositivos.

La transformación que están teniendo los públicos son los que realmente educan y determinan el crecimiento de la cultura artística, y hacia qué horizontes se debe mirar. La tecnología es un recurso poco usado que tiene el potencial suficiente para aportar en el crecimiento y evolución de las artes visuales contemporáneas, no sólo para comercializar. Sino también para repartir la cultura y conocimiento de las civilizaciones para las civilizaciones.

Las oportunidades que trajo la pos pandemia se encuentran en la virtualidad como una herramienta para expandir las audiencias. En muchos casos los entrevistados entendían que el acceso a redes sociales es útil pero no determinante de éxito. Esto se interpreta como un síntoma de querer usar las vitrinas virtuales, pero no tienen manera de comprobar que funcione sin el temor a perder el tiempo. En contraste, también surgen opiniones que apuntan a que las redes sociales traen la oportunidad de un camino hacia ubicar un público distinto al ya establecido. Un público dispuesto a explorar junto a los artistas nuevas formas de consumo el arte con el que se puede trabajar en el ejercicio de artista - público y construir una mejor relación entre el producto y quien lo aprecia.

Otra de las conclusiones es que, la capacidad de respuesta que proporciona la digitalidad, es tan veloz que cada vez la herramienta tecnológica apunta a seguir acortando

la distancia de alcance de las muestras. De manera que, pronto los artistas locales podrán llegar a un público más amplio a través de plataformas digitales

Como síntesis de esta investigación y contrastando con el levantamiento inicial, se concluye que los actores involucrados en el consumo de artes visuales están inmersos en un aprendizaje y cambio constante debido a las innovaciones que suceden con el pasar del tiempo. Muchos artistas visuales encontraron la oportunidad de ser aún más creativos para conceptualizar desde lo físico y complementarlo con ambientes y plataformas digitales. De esta manera, se comprende que el arte no tiene reglas escritas y que puede fluir con los avances de la sociedad.

Recomendaciones

Se recomienda que en próximas investigaciones se mantenga el análisis de públicos, de manera que se logren identificar los cambios y adaptaciones en la formación de nuevos públicos.

Por lo tanto, es recomendable que a través del comportamiento de los nuevos públicos, los artistas se den la oportunidad de explorar y explotar estos nuevos comportamientos en el consumo de las artes visuales contemporáneas. De manera que, el alcance a través de plataformas digitales permita que los diversos formatos logren combinarse y hacer de los dispositivos un complemento que lleva al público a un entorno totalmente nuevo.

Es recomendable también, que los distintos actores del arte contemporáneo consideren que la digitalidad no es una amenaza que viene a reemplazar las muestras

físicas, sino que es una herramienta que ayuda a expandir el alcance a nuevos públicos. Esto genera grandes oportunidades de expansión global del arte local a través del uso de plataformas digitales.

Bibliografía

Arias, M. & Giraldo, V. (2011) El rigor científico en la investigación cualitativa. Invest Educ Enferm. 29(3): 500-514

Moncada, B. (2021). Guayaquil: El arte local renace y se adapta a la pandemia. Expreso.

<https://www.expreso.ec/guayaquil/arte-local-renace-adapta-pandemia-101414.html>

Pérez, R. (2020, octubre 30). Situación de Guayaquil en las artes: Una reflexión entre su centenario y bicentenario. El Telégrafo.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil-bicentenario/1/guayaquil-artes-reflexion-centenario-bicentenario>

Vives, J. (2020, abril 3). El arte en tiempos de pandemia. La Vanguardia.
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200331/48219519679/arte-tiempos-epidemia.html>

Hernández, Miguel Ángel. (2020). El arte a contratiempo: historia, obsolescencia, estéticas migratorias. Ediciones Akal.
<https://es.scribd.com/book/486523708/El-Arte-a-contratiempo-Historia-obsolescencia-esteticas-migratorias>

Amorim, J. P., & Teixeira, L. (2021). Art in the digital during and after COVID: aura and apparatus of online exhibitions. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 12(5). <https://doi.org/10.21659/RUPKATHA.V12N5.RIOC1S1N2>

Brito Lorenzo, S. (2016). El escenario de las artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil durante el presente siglo.

CAF (2020). Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19. Caracas: CAF. Retrieved from <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1541>

Durón, J. S., & Velázquez, J. A. B. (2020). La transmedialidad en las redes sociales, como comunidades emergentes de conocimiento. De lo lúdico a lo trascendental. *Aproximación etnográfica digital.: Acción Discursiva Mediática. Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, (XXVII), 04-21.

Ascariz, J., Borchardt, J., & Negro, M. (2016). *TRANSMEDIACIÓN, LA EXPANSIÓN DE LOS UNIVERSOS NARRATIVOS*. El Salvador: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

Kingman, M. (2012). *Arte contemporáneo y cultura popular : el caso de Quito*. Quito: FLACSO sede Ecuador.

Nancy, J.-L. (2014). *El arte hoy*. Buenos Aires: Prometeo.

Naranjo, B., & Sanmartín, X. (2018). *Plataformas digitales como medio de difusión cultural*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en Periodismo Digital.

Ochoa, J. (2020). *El estudio descriptivo en la investigación científica*. Perú: Universidad Autónoma del Perú.

Villalustre, L., & Del Moral, M. (2014). *"Digital storytelling" : una nueva estrategia para narrar historias y adquirir competencias por parte de los futuros maestros*. Oviedo: Universidad de Oviedo.

Abuhayar Cucalón, María Cristina (2013). El escenario de las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del siglo XXI. Trabajo Final para la obtención del Título Licenciado en Diseño Gráfico y Comunicación Visual. Universidad Casa Grande. Facultad Mónica Herrera, Guayaquil. 48 p.

Lincoln YS, Guba EG. *Naturalistic inquiry*: Beverly Hills: Sage Publications; 1985. p. 503.

(Capítulo Primero, Subtítulo: Un estudio de caso es una indagación empírica que, parr.

6)

<https://books.google.com.pe/books?id=WZxyAgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Adobe Systems Incorporated (2010, 20 de septiembre). Adobe launches Adobe museum of digital media

<https://news.adobe.com/news/news-details/2010/Adobe-Launches-Adobe-Museum-of-Digital-Media/default.aspx>

Véliz Godoy, Jeffrey. (2021). Produciendo en pandemia: procesos de producción en artes visuales contemporáneas de Guayaquil a partir del impacto del COVID-19. Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de: Licenciado en Periodismo. Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Monica Herrera, Guayaquil. 95 p.

Ibarra Verdesoto, Gabriela Cecibel. (2021). Comportamiento del público de artes visuales contemporáneas en la ciudad de Guayaquil en el contexto de la pandemia producida por Covid-19. Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de: Licenciada en Comunicación escénica. Universidad Casa Grande. Facultad de Comunicación Monica Herrera, Guayaquil. 58 p.