

## **Trabajo de Fin de Máster**

Máster Universitario en Teoría e Historia del Arte y Gestión Cultural

---

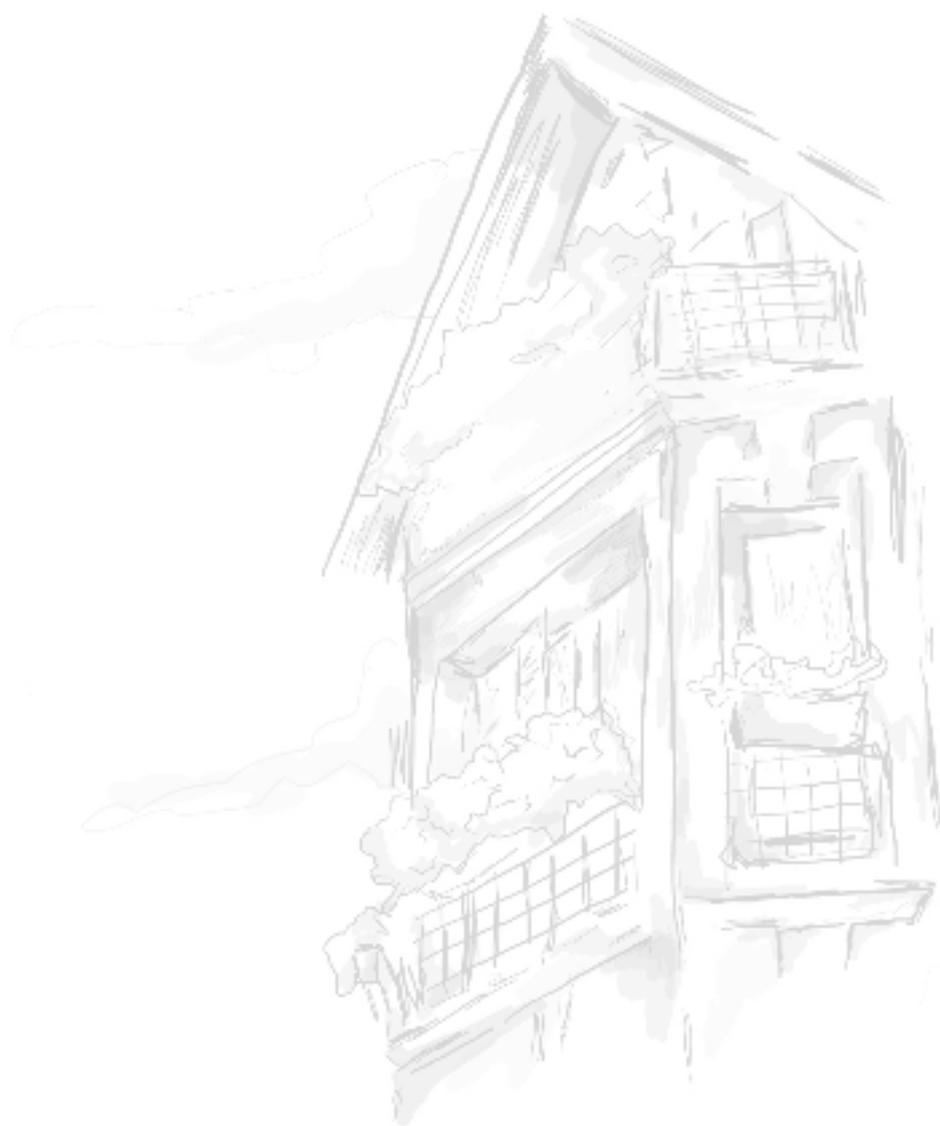
Título del trabajo: Desde el Balcón. La repercusión del COVID-19 en el arte y la cultura. Proyecto de página web

Curso académico: 2019-2020

Alumna: Elena Gutiérrez San Blas

Tutora: Yolanda Peralta Sierra







*“Cualquier forma de arte es una forma de poder; causa impacto, puede influir en los cambios: no sólo puede cambiarnos, sino que nos hace cambiar.”*

*-Ossie Davis*

## **Agradecimientos.**

En agradecimiento a todos los trabajadores y trabajadoras que no se han detenido a pesar de que el mundo se haya paralizado momentáneamente. Al personal sanitario pero también a todas y todos aquellos trabajadores esenciales que arriesgaron su salud por los demás. También a los y las artistas. Gracias a vuestro arte y a vuestra labor cultural, esta cuarentena y esta crisis ha sido mucho más fácil de sobrellevar para todos.

## RESUMEN/ABSTRACT

La crisis mundial del **COVID-19** ha afectado, de un modo u otro, a todos los núcleos y sistemas previamente asentados en la sociedad, abriendo una brecha transmutadora en los modos de vida establecidos, en las interacciones sociales y por ende, en el **arte** y la **cultura**, comprometiendo los métodos y prácticas que creíamos permanentes, provocando lo que se prevé como un antes y un después en el tejido del arte así como en su percepción y operación.

Este proyecto pretende evidenciar una muestra de los objetos artísticos y las transformaciones culturales provocadas por el virus. De esta manera, la web *Desde el Balcón* tiene como objeto **documentar** todos esos procesos y obras nacidas durante la crisis, con el fin de que futuras generaciones puedan estudiarlas y delimitar la transformación que provocó el coronavirus en el arte.

**Palabras clave: COVID-19, arte, cultura, documentar.**

The **COVID-19** global crisis has affected, in a way or another, all cores and systems previously established in society, driving a wedge in established lifestyles, in the social interactions thus in **art** and **culture**, jeopardizing methods and praxis that we believed to be permanent, provoking what is anticipated as a before and after in the art network as well as in its perception and operation.

This project aims to show a sample of the artworks and cultural transformation caused by the virus. In this way, *Desde el Balcón* web aims **to document** all of that process and artworks born during the crisis, so that future generations can study them and delimit which transformation the coronavirus provoked in art.

**Keywords: COVID-19, art, culture, to document.**

Enlace a la página web: <https://alu0100962895.wixsite.com/desdeelbalcon>

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
1.1. Contextualización y antecedentes.....	11
1.2. Justificación del tema.....	16
1.3. Análisis DAFO.....	22
1.4. Objetivos.....	24
1.5. Metodología.....	30
1.6. Contenido.....	43
1.6.1. Página principal.....	43
1.6.2. Galería.....	45
1.6.3. Concienciación y arte.....	50
1.6.4. Hemeroteca.....	52
1.6.5. Iniciativas artísticas ciudadanas.....	60
1.6.6. Propuestas de museos e instituciones artísticas.....	63
1.6.7. Contáctanos.....	70
1.7. Destinatarios.....	71
1.8. Estado de la cuestión.....	72
<b>2. DESARROLLO DEL TRABAJO.....</b>	<b>76</b>
2.1. Planificación.....	76
2.2. Cronograma.....	78
2.3. Actividades complementarias.....	81
2.4. Presupuesto.....	82
2.5. Producción.....	87
2.5.1. Nombre.....	87
2.5.2. Logotipo e isotipo.....	90
2.5.3. Colores corporativos.....	92
2.5.4. Modo de difusión.....	93
<b>3. CONCLUSIONES.....</b>	<b>94</b>
<b>4. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>101</b>
<b>5. WEBGRAFÍA.....</b>	<b>102</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

---

Este Trabajo de Fin de Máster consiste en la creación y desarrollo de una página web titulada *Desde el Balcón*, la cual recopila documentación a modo de base de datos de proyectos artísticos ligados a la crisis sanitaria del COVID-19.

De esta forma *Desde el Balcón* nace como un proyecto que pretende evidenciar el punto de inflexión que podría suponer la crisis del COVID-19 en el sistema artístico y cultural, procurando servir de testimonio de esa línea que posiblemente dividida en un antes y un después la vida cultural y las redes artísticas.

Aunque aún es pronto para conjeturar y pronosticar las supuestas transformaciones que se prevé que pueda sufrir el sector, es sensata la suposición de un cierto cambio en el paradigma del arte, ya sea en el motivo, estética o discurso de las nuevas obras o en el propio tejido institucional.

Considero por este mismo motivo imprescindible la creación de un órgano que ponga de manifiesto las acciones llevadas a cabo en el ámbito del arte y la cultura en pos de que futuras generaciones, con una perspectiva temporal más pronunciada y profunda, puedan elaborar un estudio que señale los cambios y transmutaciones que supuso el virus en el arte.

De este modo la web *Desde el Balcón* pretende servir como elemento de documentación para futuros estudios y análisis relacionados con la materia.

Como ya sabemos, en muchas otras ocasiones el arte ha reflejado momentos clave y trascendentes en el curso de la Historia. Ejemplo de ello puede ser la obra “La Libertad guiando al pueblo” de Eugène Delacroix, la cual evidencia La Revolución de Julio o La Revolución de 1830 de Francia, convirtiéndose en un documento gráfico de un periodo importante en la evolución histórica y social. Lo mismo ocurre con la obra “Los fusilamientos del 3 de mayo” del artista Francisco de Goya, que refleja la lucha española frente al sometimiento de la Francia napoleónica. Así mismo, la pintura “Los desastres de la guerra” de Rubens hace referencia a la Guerra de los Treinta Años europea. Por su parte, las obras de la vanguardia futurista reflejan el avance y la

admiración por las máquinas y el desarrollo tecnológico que se venía engendrando en aquellos momentos.

Podría seguir ejemplificando este argumento con un sinfín de obras y movimientos artísticos del presente y del pasado, pues todas las tendencias y obras de arte creadas durante el curso del ayer, independientemente de su naturaleza, son hijas de su tiempo, reflejando realidades y ejerciendo de documentos gráficos de la historia.

De esta manera, las pinacotecas y museos conservan estas especies de cápsulas del tiempo a las que llamamos obras de arte. Lo hacen por el propio valor artístico, patrimonial y cultural que poseen de manera innata y connatural pero también por su valor como documento histórico, convirtiéndose estas instituciones, de manera involuntaria o consciente, en bases de datos de los diferentes sucesos que ha acontecido la historia, que evidencian de manera gráfica la evolución de la humanidad y sus entramados.

Por todo ello, el proyecto *Desde el Balcón* ambiciona a ejercer como base de datos y depósito de las obras de arte nacidas durante la crisis del COVID-19 y todo aquello que las envuelve, ejerciendo de testimonio para la historia del arte y de la humanidad, reflejando un momento aparentemente significativo que puede entrañar diversos cambios en el sistema del arte y en la cultura misma.

A lo largo de este documento se explicará la motivación del surgimiento de este proyecto, cómo se ha llevado a cabo y en base a qué pretextos, los objetivos, propósitos y metas planteadas así como de igual manera, se desglosarán los contenidos que comprende este trabajo.

## 1.1. Contextualización y antecedentes

El SARS Co-V, también conocido como coronavirus, supuso en España y en el llamado “*mundo desarrollado*” o en la tierra de las potencias, la mayor crisis sanitaria en 100 años. Los engranajes de la cultura y también de la vida establecida se pararon en seco durante meses. Aunque la incertidumbre caló hondo en quienes se dedican a esto, la maquinaria cultural debía, de un modo u otro, seguir funcionando. Para ello ya no servirían los viejos apaños ni pequeños ajustes que anteriormente sí funcionaron: había que renovarla por completo.

Ningún sistema estaba preparado para las profundas brechas que abriría una pandemia de este calibre, tampoco la cultura, que parecía crecer a un ritmo más lento que el resto de la sociedad. El desarrollo de las nuevas tecnologías y la influencia de las redes sociales avanzaba a pasos agigantados mientras que las instituciones procuraban seguirles el ritmo sin mucho éxito.

Por este motivo, poco tiempo antes de la eclosión del virus, determinados organismos tomaron como propósito la modernización y digitalización de la cultura. En un intento de renovar el sector nacen proyectos como Google Arts and Culture<sup>1</sup>, que comparte de manera virtual una serie de importantes obras de arte en alta definición así como permiten al usuario visitar digitalmente las salas de diversas galerías, extrapolando al mundo virtual las acciones y actividades que realiza el visitante en los museos físicos.

También Google había creado Google Street Art Project<sup>2</sup>, que como su nombre indica, muestra de manera virtual una serie de obras de arte urbano tales como grafitis, murales o intervenciones con el fin de que dichas obras no sólo perduren, sino que puedan ser disfrutadas por personas de diversos puntos del mundo sin tener que desplazarse a la localización natural de la obra.

---

<sup>1</sup> Google Arts & Culture, 15 de junio de 2020 <https://artsandculture.google.com/>

<sup>2</sup> Google Art Project Street Art, 15 de junio de 2020 <https://streetart.withgoogle.com/es/>

Sin embargo, en estos últimos años no se ha observado un gran avance en cuanto a la modernización digital del grueso de los museos e instituciones del sector. Las nuevas generaciones, es decir, futuros potenciales consumidores de cultura y arte, comprenden y hacen uso de la tecnología a un ritmo más avanzado que los órganos culturales, que no han sabido adaptarse del todo al avance masivo de la *high-tech*.

Parece ser que el coronavirus demostró la necesidad de haber sucumbido tiempo atrás a la evolución acelerada que suponía la tecnología, tarea que se estaba evadiendo quizá por falta de formación digital, por desidia y comodidad o simplemente por la incidencia de la llamada brecha generacional que está altamente vinculada con la brecha digital.

El virus obligó a los organismos a virtualizarse de manera repentina para conseguir mantener en pie la divulgación artística y cultural. Por ejemplo, el Museo del Prado comenzó a realizar directos a través de Instagram comentando diversas obras de arte y La Casa Encendida creó el hashtag #MeQuedoEnCasa con el objetivo de guiar una programación de visitas virtuales y conferencias mediante el uso de redes sociales.

La Universidad Politécnica de Valencia creó, a propósito del brote del virus en España, el proyecto REMED<sup>3</sup>, una red de museos y estrategias digitales con el fin de que instituciones y profesionales de este ámbito pudieran consultar y compartir las medidas digitales que tomarían tras la alerta.

En el plano internacional, el Moderna Museet creó la iniciativa *Sofa Tours* en la que se llevaban a cabo visitas guiadas virtuales en directo. También la Art Gallery Bremen incitó a los usuarios de Twitter, a través de un hashtag, a compartir diferentes obras de arte históricas.

Queda claro que museos, galerías y el resto de órganos artísticos y culturales deben trabajar en una modernización digital del sector, pues la situación postpandemia implicará la implantación de unas nuevas reglas y situaciones en la que la obsolescencia analógica supondrá un grave obstáculo no sólo en el desarrollo de este ámbito, sino también en el proceso de normalización del mismo.

---

<sup>3</sup> REMED, 15 de junio de 2020

[https://remed.webs.upv.es/?fbclid=IwAR36uW48dHAaN7\\_lhzoPJASx6BAfg\\_KacXK6QI7r9otUSJ1AXVJ4WsbmIKQ](https://remed.webs.upv.es/?fbclid=IwAR36uW48dHAaN7_lhzoPJASx6BAfg_KacXK6QI7r9otUSJ1AXVJ4WsbmIKQ)

El término “nueva normalidad” implica un camino de no retorno en el que lo anterior no será nuevamente aplicable: las leyes por las que se regía el arte y la cultura en el mundo prepandemia es posible que ya no se adapten a las obras y sistemas que se están creando ahora mismo o que están por venir.

Muchas han sido las obras de arte que se han engendrado durante este periodo de cuarentena, convirtiéndose en objetos muy diferentes a los que habrían sido creados si la situación fuese la habitual, ya sea en la temática, pues muchas de ellas han tomado como móvil central el virus y sus entramados; en los materiales, dado que la cuarentena imposibilitaba o dificultaba la obtención de éstos y también, en los medios típicos de publicación y publicitación de las obras, puesto que galerías y museos estaban cerrados y los artistas tenían como única vía de dar a conocer su trabajo las redes sociales.

A raíz de la crisis sanitaria la cultura y el arte fueron dos conceptos muy sonados en los medios de comunicación, bien sea porque ambos fueron fuente de entretenimiento y consumo durante la cuarentena o bien por la preocupación generalizada en torno al futuro del sector tras el primer brote de coronavirus. Sin embargo, el grueso de estas noticias hablaban de ambos conceptos únicamente en términos económicos y de producción. La tendencia masiva mostraba una preocupación y un interés meramente capital sobre un valor puramente económico y se lanzaba la incógnita de si museos, cines y teatros serían viables económicamente o no en ese futuro abstracto que está por venir. Pero poco se mencionó sobre el valor cultural o incluso sobre lo que cabría esperar del arte pospandemia. No es de extrañar cuando el neoliberalismo rige el globo, pero si algo ha demostrado este virus es que no se debe supeditar todas las variables al capital, tampoco el arte.

Aún es pronto para delimitar las bases sobre cómo será el arte tras esta situación, pero es importante salvaguardar cómo ha sido el mismo y las medidas culturales que se han tomado durante ella. Este es por ende, uno de las tareas que pretende llevar a cabo este proyecto.

Por otra parte, el debate teórico más significativo en torno a las últimas décadas probablemente sea el de la posmodernidad. Algunos teóricos consideran que nuestra época simboliza una ruptura total con lo anterior, otros sienten esta etapa más como la decadencia de un periodo que como el inicio de algo nuevo. A raíz de ello nace la discusión filosófica que pretende definir si la sociedad actual, contemporánea, vive en la posmodernidad o si por el contrario, lo hace en la llamada tardomodernidad o modernidad líquida: *“Al promediar el siglo XX algunas corrientes de opinión comenzaron a utilizar el término posmodernidad para referirse a ciertas manifestaciones culturales contemporáneas. Esta expresión ha generado polémicas. Se pregunta: ¿en nuestra época se asiste, realmente, a una ruptura con la modernidad? La posmodernidad ¿no es -en última instancia, un pliegue más de la modernidad? Asistimos a un cambio epocal o, por el contrario, a una moda fugaz e intrascendente?”*<sup>4</sup>

Comúnmente los llamados cambios de época están provocados por profundas transformaciones que hacen eco en la vida de los individuos, en el desarrollo de la humanidad y en el propio curso de la historia. Por ejemplo, La Prehistoria finalizó con la creación de la escritura o La Edad Antigua con la caída del Imperio Romano. Sin embargo, en el caso actual parece que o bien no hay ningún hecho totalmente determinante que provoque una transformación trascendente o por el contrario, son demasiados los grandes y profundos cambios sociales e históricos que se han dado en un periodo corto de tiempo como para definir el inicio de una nueva era.

*“Pero, en realidad, cuando decimos moderno”, como superado por lo posmoderno, no nos referimos al sentido de “actualidad” que tiene la palabra, ni tampoco a la Edad Moderna. Nos referimos a un movimiento histórico-cultural que surge en Occidente a partir del siglo XVII y persiste hasta el xx. Para algunos autores (por ejemplo, Habermas) aún persistimos en la modernidad. La crisis ideológica actual no sería más que otra vuelta de tuerca de la modernidad misma. Para otros autores (a los que me sumo) la modernidad se habría agotado al promediar el siglo xx. Y los enclaves modernos que aún persisten serían como el brillo de una estrella apagada, cuyos reflejos seguimos viendo más allá de su extinción.*

---

<sup>4</sup> Esther Díaz, *Posmodernidad*, 3.<sup>a</sup> ed. (Buenos Aires: Biblos, 2009)

*Pero no podemos referirnos a la posmodernidad si primero no aclaramos a qué nos referimos cuando decimos 'modernidad". Por ello trataré de esquematizar los parámetros fundamentales del proyecto moderno, para acceder luego a las características de esta nueva época histórica llamada posmodernidad, capitalismo tardío, época posindustrial, edad digital o cualquier otro de los calificativos que pretenden significar que los ideales modernos se están resquebrajando de manera alarmante (o tranquilizante, según como se mire). Centraré mi reflexión en los valores cognitivos, económicos, estéticos, mítico religiosos, políticos, éticos y eróticos de nuestra cultura.”<sup>5</sup>*

Aunque aún es pronto para grandes suposiciones, el acontecimiento de la incidencia del coronavirus en los diversos países afectados puede provocar profundos cambios en la sociedad a nivel global, en la cultura, en el propio sistema económico y de producción y por ende en el transcurso de la historia. Quizá el virus pueda suponer el punto de inflexión que decante la balanza hacia el inicio de una nueva época o quizá ahonde más aún las brechas de la sociedad líquida.

---

<sup>5</sup> Díaz, *Posmodernidad*,...

## 1. 2. Justificación del tema

Durante este periodo de tiempo los y las artistas han continuado su actividad creativa, engendrando numerosas obras que tienen como núcleo central el confinamiento, la enfermedad o los elementos icónicos que han caracterizado esta etapa de aislamiento social. También museos y órganos similares llevaron a cabo una serie de iniciativas en las que el virus COVID-19 era el protagonista. Por ejemplo, Curadores Sin Fronteras ofreció plantillas e instrucciones para poder construir estilo *DIY*<sup>6</sup> pantallas faciales. Por otra parte, el Museo Nacional de Australia creó una propuesta digital en la que se narran historias sobre el lugar y sobre los trabajadores que arriesgan su vida en situaciones como esta. Así mismo, el Museo Canadiense de Derechos Humanos llevó a cabo una exposición online donde se muestran historias personales relacionadas con el COVID-19. Por ofrecer dos últimos casos a modo de ejemplificación, el Museo Etnográfico Juan B. Ambrosetti organizó una exhibición online sobre aquellas herramientas que acompañan al público durante el brote y el Museo Erding de Alemania reúne testimonios y fotografías como documentación de la vida durante la cuarentena, entre muchos otros casos similares o con objetivos semejantes.

---

<sup>6</sup> Acrónimo de “Do it yourself”.

Más allá de los órganos oficiales del sector, la ciudadanía se ha implicado en la creación y seguimiento de proyectos artísticos que tenían como objetivo principal la dinamización y el entretenimiento social. Entre ellas podríamos destacar los conciertos individuales y colectivos de balcón a balcón o el *challenge* surgido en redes sociales donde los usuarios se caracterizaban e imitaban populares obras de arte, compartiendo los resultados con el resto de la red.



Fuente de la imagen: El País<sup>7</sup>

Posiblemente, en un futuro más o menos próximo, se estudiarán las secuelas de la pandemia en el sector así como los efectos e influencias que ha desatado el virus en las presentes y próximas obras artísticas. Cabe esperar, que por ínfimo que sea, el COVID-19 así como sus entramados provoquen cambios tanto en el sistema del arte como en sus influencias.

Ha cambiado momentáneamente aunque de manera drástica el contexto, es lógico entonces considerar que, del mismo modo, el arte no continúe rigiéndose por los viejos parámetros. Pero aún es pronto para llevar a cabo afirmaciones categóricas en torno a este tema sin todavía mantener la distancia temporal necesaria.

---

<sup>7</sup> Brenda Valverde, “Disfraces caseros para recordar clásicos del arte”, *El País*, 16 de junio de 2020, [https://verne.elpais.com/verne/2020/03/31/articulo/1585664710\\_850270.html](https://verne.elpais.com/verne/2020/03/31/articulo/1585664710_850270.html)

El cometido de este proyecto es, por ende, recopilar a modo de documentación un volumen considerable de obras de arte, diversas propuestas llevadas a cabo por museos e instituciones culturales, iniciativas artísticas creadas por los propios ciudadanos y ciudadanas así como una hemeroteca de noticias relacionadas con el arte y el COVID-19, con el fin de que presentes y futuras generaciones puedan estudiar y evidenciar la relación surgida entre la pandemia y el arte.

La web *Desde el Balcón* pretende convertirse, de esta manera, en una especie de depósito virtual donde almacenar de forma clara y eficiente las obras de arte creadas durante la crisis sanitaria así como otros elementos relacionados con el virus y el arte.

Se trata de establecer fondos con posibilidad de ser consultados en cualquier momento y con la capacidad imprescindible de poder perdurar en el tiempo. Es por ello que la característica de virtualidad es esencial, pues permite al usuario consultar estas bases desde cualquier localización del globo y en cualquier momento. Además, posibilita la implementación constante, a posteriori, de nueva información y nuevas obras, pudiendo ampliar el catálogo incluso después de haber publicado el sitio web.

Esta grave epidemia nos ha demostrado la importancia de los medios virtuales y el avance tecnológico en sectores como la cultura para fortalecer el tejido de la misma.

La necesidad de evidenciar todos estos procesos surge de la propia naturaleza contextual del mismo arte, que no es únicamente un objeto formal sino que está fuertemente ligado a un discurso, a una teoría y por ende está estrechamente vinculado a un contexto social e histórico.

De esta manera todas las obras, propuestas e iniciativas incluidas en la web *Desde el Balcón* tienen como nexo común la crisis sanitaria del COVID-19 y todo lo que ello engloba, creando de esta manera una especie de masa homogénea. Es un contexto específico sujeto a una situación en particular la cual es parte fundamental y motivo de creación y ejecución.

En vista al futuro y a un posible cambio de paradigma considero necesario la elaboración de un espacio que evidencie todos esos procesos y creaciones para así poder conocer su repercusión, estética común, los motivos, sus discursos, los elementos más característicos, funciones, etcétera. La recopilación de cierta cantidad de obras de arte de esta índole puede ofrecernos las claves y respuestas a futuras cuestiones. Cualquier detalle mostrado puede brindarnos en el futuro mucha información de la situación social, de las vivencias personales y colectivas, y por supuesto, del propio arte. Por ejemplo, se puede estudiar la *viralización* de las obras y del arte en general durante el confinamiento, los tópicos en los que se han centrado o incluso la cantidad de trabajos producidos en comparación a la situación estándar, pues ya se habla de una masificación y sobreproducción de imágenes artísticas<sup>8</sup>.

Además, siendo consciente de que gran parte de la Historia ha sido comprendida e investigada a través de las obras de arte de cada época, sirviendo éstas de testigos de diferentes hechos memorables, la concepción de una base de datos sobre obras de arte de un momento histórico concreto, de gran importancia y trascendencia en la época contemporánea puede servir como elemento de transmisión de información esencial, de testimonio fiel de hechos que igual con palabras no pueden ser del todo comprendidos por las futuras sociedades.

En definitiva, se trata de crear una herramienta de documentación que facilite su posible futura investigación.

Las tendencias artísticas comúnmente comparten ciertos aspectos como un contexto histórico y social específico, una estética, temáticas e incluso conceptos e ideologías. Por ello considero necesario la documentación no sólo de la propia imagen de la obra, también lo que la envuelve, en pro de que sea comprendida en su propio entorno y así facilitar su posterior estudio y análisis.

---

<sup>8</sup> Julienne López, "Pensamiento, arte y cultura en tiempos de Covid-19", *Artisticulturaltheory*, 15 de junio de 2020, <https://artisticulturaltheory.com/2020/04/25/pensamiento-arte-y-cultura-en-tiempos-de-covid-19/>

Entrando en un plano algo más teórico, la necesidad de creación de este proyecto también está relacionado con los términos en los que se ha hablado de esta pandemia, que mayoritariamente han sido de productividad, producción, eficacia y por supuesto, económicos.

La puesta en valor de la cultura y del arte es una tarea clave en esta situación. Si no llevamos en estos momentos ciertas acciones a cabo, como por ejemplo el cometido de este proyecto, puede que en el futuro, con una perspectiva ya subjetiva y con una sobreexposición de información e imágenes, sea demasiado tarde. Cuanto más tiempo pase, más difícil será la recopilación de información debido a la gran extensión que abarca internet y a esa continua producción de imágenes, por lo que es necesario llevar a cabo el cometido de manera inmediata, eficaz y continua.

Por último, añadir únicamente que el valor de la colección y documentación en el arte ha sido fundamental en los procesos de democratización y desarrollo del arte y la cultura.

Gracias a quienes decidieron recopilar y salvaguardar obras de arte en el pasado, como puede ser, por ejemplo, la familia Stein, podemos hoy conservar y analizar esos pequeños fragmentos de la historia.

Se trata casi de una obligación moral la de conservar, preservar y evidenciar el arte del presente con miras al futuro.

*“El coleccionista no es un mero comprador, un consumidor de imágenes que le agradan estéticamente o un pelele que se deja seducir por los vaivenes del mercado del arte ante la promesa de una buena inversión. Es imprescindible diferenciar al comprador de arte del coleccionista de arte. El primero consume de forma aleatoria, mientras el segundo, frente a la decisión de coleccionar, asume un compromiso a largo plazo. Crear una colección significa partir de una idea o de una pregunta que dará sentido, a modo de relato o hilo conductor, a toda la colección, haciendo que cada compra deba ser reflexionada y sopesada ante la premisa de que responda a la cuestión inicial, que puede responder a cuestiones de tiempo, geografía o de índole intelectual.*

*Una colección bien armada puede ser de gran importancia, adquiriendo el rol de herramienta transmisora de conocimiento histórico, así como de propulsora de nuevas ideas y reflexiones que pueden llegar más allá de las salas de exposición. No hay que*

*olvidar que, al fin y al cabo, el arte entre otras cosas es una gran arma de comunicación con la capacidad de retar al status quo y hacer avanzar tanto a la sociedad como al individuo.*

*Asimismo, el impacto que puede tener un coleccionista de arte no solo se ciñe a una aportación intelectual, su efecto puede ser mucho más personal y humano, afectando de lleno en la carrera de un artista, especialmente cuando se decide apostar por artistas jóvenes y emergentes.*

*La figura del coleccionista es intrínseca a la historia del arte. Primero fue la iglesia, luego se llamaron mecenas, como los Médici fueron para Da Vinci, etc. Al fin y al cabo, pocos artistas gozan de un status económico lo suficientemente sólido como para poder trabajar sin preocupaciones, y ahí es donde la figura de un comprador puede ser vital. Si uno cree en la obra de un artista, si comulga con ella, invertir en su trabajo es invertir en el propio artista y, en muchos casos, darle la oportunidad de tener una carrera de largo recorrido, lo cual beneficiará también al coleccionista. Además, un coleccionista con buen ojo y que adquiere un conjunto de piezas interesantes ayuda también a aumentar el valor de cada pieza individualmente y, consecuentemente, también el estatus del artista.”<sup>9</sup>*

Por estos motivos señalados, *Desde el Balcón* también aspira a ser una especie de colección virtual y pública, poseyendo un hilo conector que entrelaza todas las obras entre sí.

En pocas palabras, el proyecto *Desde el Balcón* pretende convertirse en un instrumento de documentación que posibilite y simplifique el futuro trabajo de estudio y análisis del paradigma y modelo del arte surgido durante la crisis sanitaria del COVID-19.

---

<sup>9</sup> “El coleccionista de arte como generador de ideas y propulsor de artistas”, Koyac, 15 de junio de 2020, <https://koyac.net/es/post/el-coleccionista-de-arte-como-generador-de-ideas-y-propulsor-de-artistas/1>

### 1.3. Análisis DAFO

El análisis DAFO es una herramienta analítica y sistema de matriz cuadrada que tiene como función principal estudiar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de un proyecto con el objetivo de abordar estrategias que suavicen y mitiguen esas debilidades y amenazas e intensifiquen, de la misma manera, las fortalezas y las oportunidades en el sector al que van dirigidos.

*“El análisis DAFO resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización perspectiva interna).*

*DAFO es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa al negocio, útil para examinar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. El análisis DAFO tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado, producto mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocio entre otras.”<sup>10</sup>*

El análisis DAFO o FODA se aplica comúnmente a empresas, negocios y proyectos de mercado. Desde el Balcón es una iniciativa sin ánimo de lucro, por lo que los parámetros a analizar no estarán relacionados con el capital ni con criterios ligados a beneficios económicos.

---

<sup>10</sup> Daniel Martínez y Artemio Milla, *La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral* (España: Ediciones Díaz de Santos, 2005).

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p style="text-align: center;"><b><u>Debilidades</u></b></p> <p>1. Falta de repercusión mediática. Internet en es un emplazamiento inmenso y con grandes cantidades de información, por lo que es posible que <i>Desde el Balcón</i>, sin una publicidad y alcance adecuados, pueda desdibujarse y perderse entre los innumerables proyectos e información que contiene el mundo digital.</p> <p>2. Plantilla reducida hasta que no comiencen las posibles colaboraciones. Se prevén colaboraciones entre profesionales del sector e individuos interesados en la temática pero no se contempla, al menos por el momento, el contrato de una plantilla determinada. Ello puede cambiar en función de las necesidades que puedan surgir a medida que avance en el tiempo.</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>Amenazas</u></b></p> <p>1. Escasez de presupuesto. <i>Desde el Balcón</i> es una iniciativa sin ánimo de lucro y sin financiación externa: La carencia de fondos puede ser una desventaja a la hora de competir con proyectos de alta solvencia y con base capital.</p> <p>2. El consumo e interés en el sector artístico no es muy elevado por parte del público popular. El arte contemporáneo no es totalmente comprendido ni apreciado por el grueso del público.</p> <p>3. Falta de redes que conecten a profesionales del sector en los que dar visibilidad a la iniciativa.</p> <p>4. Déficit de digitalización del sector y obsolescencia del mismo. La brecha digital afecta al ámbito cultural y este proyecto es esencialmente virtual.</p>

<b><u>Fortalezas</u></b>	<b><u>Oportunidades</u></b>
<p>1. Conocimientos de creación artística, Historia del Arte y Diseño y programación de páginas webs.</p> <p>2. Experiencia y práctica en el mundo virtual y en el ambiente de las TIC</p> <p>3. Proyecto no decorativo, tiene una base funcional.</p> <p>4. Iniciativa mayoritariamente digital. Facilita el acceso, la interacción e intercambio de contenido. Son esenciales los proyectos culturales digitales en caso de surgir un nuevo brote de coronavirus.</p> <p>5. Temática de gran actualidad y novedad. Aporta frescura e interés extra por su contemporaneidad.</p>	<p>1. Escasez de competencia. A día de hoy, existen pocos proyectos similares, de semejante naturaleza o con parecida finalidad.</p> <p>2. Iniciativa de interés cultural, artístico e histórico.</p> <p>3. Beneficioso para la comunidad científica, al aportar una base de datos y documentación que puede ser analizada y convertirse en una fuente de nuevos proyectos que favorezcan el sector.</p> <p>4. Alto potencial como documento para la Historia del Arte.</p> <p>5. No es necesaria la inversión inicial, pues el dominio es de carácter gratuito y el proyecto no pretende obtener beneficio económico.</p>

#### **1.4. Objetivos**

Los objetivos de este proyecto fueron definidos antes y durante el inicio del procedimiento de ejecución del mismo, con el fin de crear una serie de pautas que fomentasen el correcto desarrollo del trabajo, así como el favorecimiento de la creación de una estructura clara con propósitos concisos que reforzasen el cumplimiento de las finalidades del proyecto.

Se ha definido una distinción entre los objetivos del proyecto, es decir, los que acometen a la página web y los objetivos de la iniciativa como Trabajo de Fin de Grado.

<b>OBJETIVOS DE LA PÁGINA WEB</b>	<b>OBJETIVOS COMUNES</b>	<b>OBJETIVOS DEL TRABAJO DE FIN DE MÁSTER</b>
-Servir como herramienta de documentación para el futuro estudio del arte y la cultura de este periodo.	-Acercar la cultura a las TIC y modernizar el sector mostrando un nexo entre tecnología y cultura.	-Creación de una página web cuya temática central sea el arte en relación a la crisis del COVID-19.
-Servir de entretenimiento durante el confinamiento y la etapa de distanciamiento social acercando el arte a la población general.	-Evidenciar la necesidad de implementar estrategias digitales en el sector cultural.	-Proyectar la existencia y nacimiento de un nuevo campo de estudio y análisis relacionado con el arte, la cultura y el virus.
-Facilitar el acceso a obras y noticias sobre arte y coronavirus.	-Poner en valor el arte en situaciones tan significativas como esta, más allá de cuestiones de producción y capital.	-Plantear nuevas cuestiones y debates vinculados a la teoría del arte surgidos ante la situación que ha dejado el virus.
-Ejercer como base de datos de un potencial museo virtual de coronavirus.	-Manifiestar la relevancia del arte en situaciones de gran trascendencia social e histórica.	-Poner en valor la tarea de documentación y conservación del arte para su futura comprensión y análisis.
-Formar al público general en las tendencias del arte contemporáneo, mostrando la importancia del discurso y el contexto que a menudo desconocen.	-Mostrar la función social y reivindicativa que posee el arte.	-Ser testigo de que el cambio contextual puede provocar transformaciones artísticas y culturales.

-Creación de una galería virtual donde visitar diferentes obras de arte con una temática común.	-Evitar que se obvие el componente cultural y artístico que deja la crisis sanitaria.	
-Ordenar, etiquetar y clasificar las obras de arte que están surgiendo durante la cuarentena.	-Evidenciar el posible nacimiento de una nueva tendencia artística relacionada con el coronavirus y la cuarentena.	
-Formar parte de un archivo online permanente.	-Exhibir las implicaciones y tareas que han tomado los órganos culturales en esta situación.	
-Utilizar la imagen como herramienta comunicativa y revelar su valor e importancia en las sociedades contemporáneas.		
-Ofrecer visibilidad a los y las artistas contemporáneos		
-Ser un contenedor de información fácilmente consultable por las personas interesadas en la historia, el arte y la cultura.		

Aunque los objetivos son variados, pretenden reflejar una estructura clara y una línea reivindicativa, donde se procura reflejar la importancia del arte incluso en situaciones profundamente trascendentales, pues el mismo puede ser capaz de ayudar a los individuos a sentirse identificados, a comprender y a dar voz a ciertas emociones que con palabras son difíciles de expresar, a ver reflejadas en imágenes experiencias colectivas, etcétera. Además, la OMS o Organización Mundial de la Salud ha hecho público un estudio que recomienda incorporar la cultura y el arte en la atención sanitaria: *“Un estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud ha confirmado lo que nuestras emociones y nuestro cuerpo venía diciéndonos desde hace ya tiempo: Escuchar música ayuda a controlar el nivel de glucosa en la sangre; producirla o tocarla mejora el sistema inmunitario y la gestión del estrés; bailar es beneficioso para cuerpo y mente y pintar o esculpir ayuda a hacer frente a trastornos como la depresión.*

*En definitiva, el organismo establece que el arte y la cultura benefician seriamente la salud y recomienda por primera vez recetar estas actividades para hacer frente a algunas enfermedades y problemas. Tanto que la entidad ha llamado a los gobiernos y otras autoridades a establecer protocolos de actuación que favorezcan la relación entre el sistema sanitario y el entorno artístico. Piroška Östlin, directora regional de la OMS para Europa, ha explicado que tener cualquier tipo de contacto con el arte -cantar, bailar, acudir a museos, ir a conciertos- es un plus para nuestro bienestar. Desde esta oficina se han analizado más de 900 publicaciones científicas que así lo corroboran.”<sup>11</sup>*

El papel reivindicativo también está presente en los objetivos que ponen en valor el arte por encima de criterios económicos, pues no puede ser medido por las reglas que rigen otros sectores dentro del neoliberalismo, posee las suyas propias que han de ser conocidas y comprendidas para así lograr aplicarlas.

---

<sup>11</sup> “La OMS recomienda incluir el arte y la cultura en la atención sanitaria” *Cultura Inquieta*, 15 de junio de 2020, <https://culturainquieta.com/es/inspiring/item/16291-la-oms-recomienda-incluir-el-arte-y-la-cultura-en-la-atencion-sanitaria.html>

Gran parte de estos objetivos están del mismo modo vinculados a las nuevas tecnologías, al avance de lo digital y a la modernización de un sector que parecía no estar acogiéndose del todo a los nuevos tiempos.

Pero posiblemente, el objetivo más importante es el que fundamenta este proyecto: la creación de un depósito virtual que documente, gracias a la base de datos que he creado, una realidad, una situación concreta de gran magnitud y trascendencia, un periodo histórico específico y el arte de una época, con sus respectivos motivos, estéticas, razones de ser, discursos, etcétera.

## 1.5. Metodología

La metodología que se ha seguido a la hora de crear y desarrollar esta iniciativa podría subdividirse en dos índices: por un lado, la metodología de la investigación, es decir, el procedimiento llevado a cabo para la documentación y teorización del proyecto y por otra parte, la metodología de elaboración de la página web, que expone cómo se ha engendrado y desarrollado la misma.

### **Metodología de la investigación**

La investigación y documentación son tareas clave en el correcto desarrollo de cualquier proyecto.

En primer lugar, se barajaron y contemplaron varias posibilidades en torno a la temática de creación de este Trabajo de Fin de Máster, pero dada la situación relacionada al virus y al confinamiento, finalmente se tomó la decisión de optar por una materia vinculada a la crisis sanitaria que estaba aconteciendo.

Una vez clara esta cuestión, se inició el proceso de investigación de las posibilidades de la iniciativa *Desde el Balcón*, así como la potencial necesidad de creación de una web de esta naturaleza.

Se consideró además necesario leer lo que diversos pensadores contemporáneos estaban estudiando y compartiendo sobre la situación que el coronavirus estaba provocando. Una de estas lecturas fue *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemias*, que recoge las voces de distintos autores tales como Giorgio Agamben, Slavoj Žižek, Jean Luc Nancy, Franco “Bifo” Berardi, Santiago Lopez Petit, Judith Butler, Alain Badiou, David Harvey, ByungChul Han, Raul Zibechi, Maria Galindo, Markus Gabriel, Gustavo Yanez Gonzalez, Patricia Manrique o Paul B. Preciado. También se estimó importante la consulta en prensa de noticias y artículos que tenían como protagonista la situación de la cultura durante la pandemia.

Posteriormente, se estudiaron los diversos campos de acción y se inició la elaboración de una lista de los elementos en los que fundamentar el proyecto, tal como la galería de imágenes o la hemeroteca.

En siguiente lugar se comprobó si ya existían proyectos con similares objetivos o con ciertos propósitos comunes que pudieran complementar este proyecto, como pudo serlo REMED y The Covid Art Museum en Instagram.

Luego comenzó el periodo de búsqueda de obras de arte por diferentes perfiles de redes sociales, noticias en prensa digital, posts en web especializadas en arte, etcétera, estudiando cada una de ellas, pasándolas por un filtro de calidad, clasificándolas según ámbitos como pintura, escultura, street art, etcétera. También fue imprescindible documentar quiénes eran sus autores, estudiar sus perfiles y anotar sus webs particulares.

Tarea similar se llevó a cabo con la documentación de noticias relacionadas con el arte y el coronavirus para la sección de la hemeroteca, buscando en prensa digital y en las secciones de cultura la información más relevante.

Del mismo modo comenzó la recopilación de información sobre las iniciativas artísticas ciudadanas, que sobretodo tomaban lugar en las redes sociales y en algunas secciones de periódicos y revistas digitales.

Así mismo, se compilaron las decisiones y propuestas que habían llevado a cabo tanto los museos como el resto de instituciones artísticas y culturales, estructurándolas según fueran iniciativas de índole nacional o internacional.

Por otra parte, también se consideró esencial analizar por qué el proyecto debía ser de carácter digital y no analógico. Además, se estudió a qué medios virtuales era más adecuado trasladar el proyecto. Por un lado, las redes sociales poseen el privilegio de llegar a un amplio público y sus publicaciones pueden ser compartidas de manera sencilla. Sin embargo, es esencial la característica de perdurabilidad en el tiempo y en el hipotético caso de que la red social elegida en un futuro cerrase porque ya no es económicamente viable para sus accionistas y propietarios, todo el trabajo se perdería y ya no podría funcionar como base de datos permanente, que es el principal objetivo de este proyecto. Además, las redes se basan en criterios externos al del creador del contenido, que debe ajustarse a una política externa que puede o no favorecerle o interesarle. Por ejemplo, cantidad y calidad de la publicidad, lucro por parte de terceros, eliminación de contenido según criterios subjetivos, etcétera. Por otra parte, la versatilidad de herramientas y acciones que posee una página web, que es creada a medida del proyecto engendrado, no la disfrutaban las redes sociales.

Además se realizó la consulta de diversos posts en los que se analizaba qué opción era mejor para engendrar una iniciativa como ésta, si las redes sociales o una página web, llegando a la conclusión de que esta última era la adecuada según mis intereses: *“Existen varias razones por las cuales a pesar del éxito que tenga nuestra empresa en redes sociales es de vital importancia que aún tenga en cuenta su sitio web.*

*Por ejemplo, la ventaja de un sitio web es que en él, la empresa puede tener mayor control sobre el contenido y publicaciones que ahí se realizan.*

*Mientras que las redes sociales se encuentran susceptibles a que alguno de sus seguidores publique contenido que puede perjudicar en gran medida la reputación de la compañía, ya sea mediante las publicaciones constantes sobre quejas o alguna difamación malintencionada.*

*Además si un sitio web tiene alguna falla, la solución es mucho más simple de encontrar a comparación de una red social, en un sitio Web bastará con hablar con los desarrolladores del sitio para saber que está provocando ese problema, mientras que, si una red social falla en alguna de sus funcionalidades, no existe ninguna persona que pueda ayudarnos a identificar el problema.*

*El sitio web siempre será de nuestra pertenencia, nosotros decidimos qué información podemos agregar y cual otra modificar o eliminar, controlamos además el diseño de la página y hasta el posicionamiento que deseamos tenga en Google.”<sup>12</sup>*

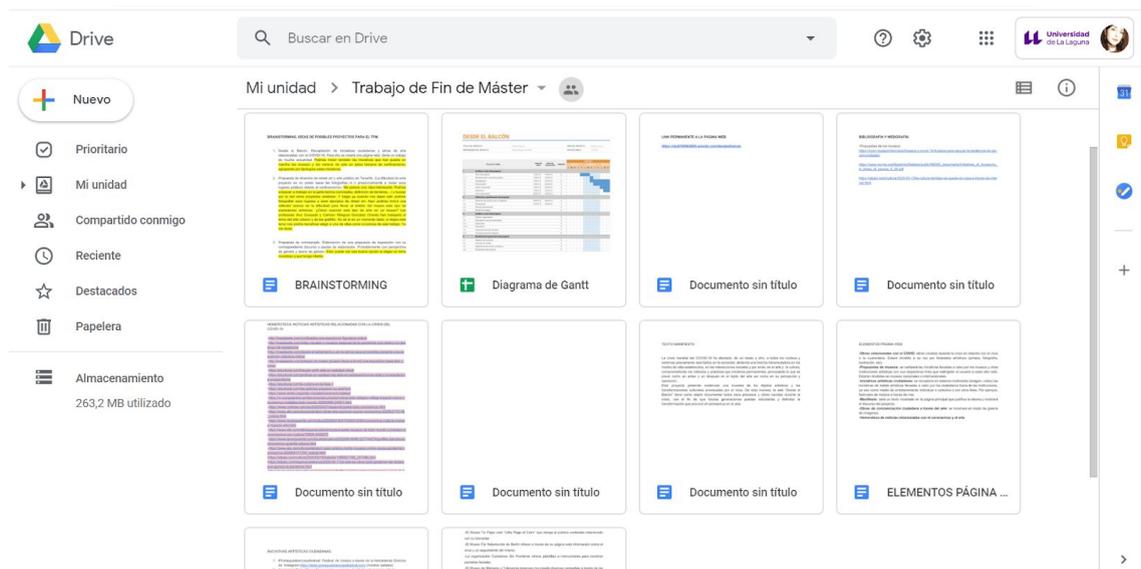
Cuando finalmente se tomó la decisión de que *Desde El Balcón* debía ser una página web, se determinó por el mismo motivo que debía ser de dominio gratuito, para que del mismo modo el proyecto pudiera perdurar todo lo posible en el tiempo y cumplir su función documentativa de depósito virtual.

---

<sup>12</sup> Hugo Delgado, “Sitio Web vs Redes Sociales - ¿Qué es mejor?”, *Akus.net*, 15 de junio de 2020, <https://disenowebakus.net/sitio-web-vs-redes-sociales.php>

Fue entonces cuando comenzó el periodo de análisis de los diferentes editores gratuitos que se ofertaban. Las principales plataformas en cuanto a esta materia son Google Sites, Wordpress y Wix. El sistema de Wix ofrece diversas ventajas tales como las posibilidades de diseño, actualizaciones mensuales y posicionamiento orgánico SEO en Google que es favorable para conseguir una mayor afluencia de visitantes<sup>13</sup>. Dado estos beneficios frente al resto de gestores de contenido, se seleccionó esta plataforma de desarrollo web.

Por último, el método de trabajo que se ha llevado a cabo para la elaboración de este proyecto, organizar los documentos y lograr una comunicación continua con la tutora de este Trabajo de Fin de Máster es la herramienta de carpetas compartidas de Google Drive.



Captura de pantalla de la carpeta compartida de Google Drive

<sup>13</sup> Manuel, WIX: “Características, Ventajas Y Desventajas”, *Experto en crear en sitios web*, 15 de junio de 2020, <http://expertoencarsitios.com/wix/#:~:text=Ventajas,para%20cualquier%20prop%C3%B3sito%2C%20es%20decir.>

## **Metodología de elaboración de la página web**

Para la creación de la página web se siguió una metodología ordenada y precisa con el fin de que todos los parámetros y elementos incorporados se ajustasen a las bases del proyecto.

1. En primer lugar, se realizó un listado de elementos, conceptos y pautas en los que basar la página web, así como una catalogación de componentes que del mismo modo, aparecerían en la web.
2. En siguiente lugar se diseñó, de manera manual y analógica, un boceto provisional de la entonces futura página web. En ese bosquejo se incorporaron los elementos que era necesario integrar y se analizaron los posibles diseños que fueran más eficaces y efectivos para los objetivos buscados, para así posteriormente formalizar la web en función de los criterios engendrados en este punto. El desarrollo de esta tarea favoreció una clara ejecución de la posterior creación del *site*. Llevando a cabo diferentes pruebas y bocetos se llegó hasta la concepción de la definitiva, poseedora de una estética afín al ámbito en la que está englobada, cuya funcionalidad es la aspirada y optimiza los resultados deseados.
3. Posteriormente, comenzó el proceso de diseño el isotipo, primero de manera analógica. Cuando se consiguió el resultado deseado, se creó el diseño final de manera digital para después incorporarlo a la web. Para ello, se hizo uso del programa de software libre Krita, destinado a dibujo y pintura digital.
4. A continuación, se inició la apertura de la página web y comenzó el trabajo de edición, diseñando desde cero pero con base en los esbozos conceptuales que previamente habían sido creados en los bocetos, teniendo siempre libertad de modificación en función de criterios de dinamismo, funcionalidad y también estéticos.

5. Posteriormente y antes de comenzar el diseño en sí mismo, se ordenaron las herramientas de trabajo así como la preparación de la interfaz con líneas guía y reglas que facilitaran el posterior diseño y la incorporación eficaz de elementos.
6. Después se inició el proceso de creación y organización del menú del sitio web con la incorporación de diferentes subpáginas como la galería, la hemeroteca o el manifiesto a través de la herramienta “Gestor de páginas” del sitio web. Fueron testadas diferentes tipologías de menús, analizando su funcionalidad e interactividad con la página, seleccionando finalmente un menú horizontal con opción de despliegue, anclado a todas las diferentes secciones de la web.



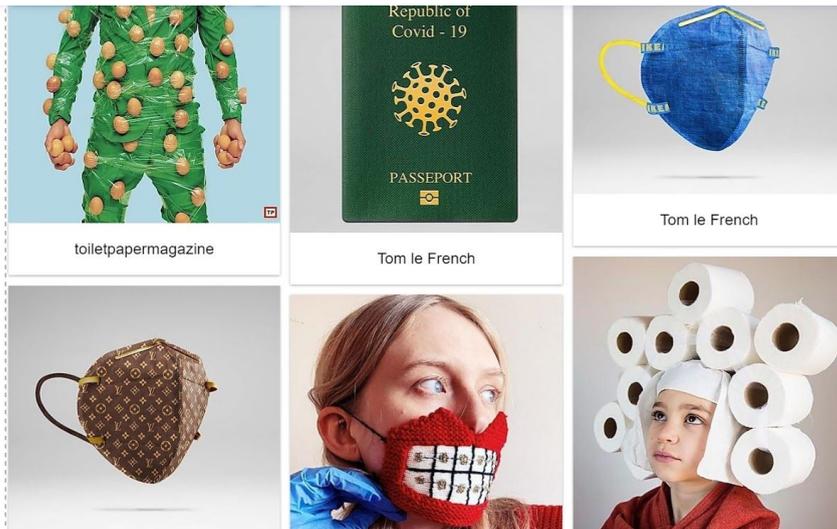
Menú en el gestor de páginas

7. Una vez creado ese gestor de páginas, se incorporó el menú horizontal al *site*, anclado a todas los subapartados con el fin de facilitar el tránsito al usuario por la interfaz. Se probaron diferentes diseños y se personalizó el elegido, utilizando, por ejemplo y entre otros, efectos de cursor.



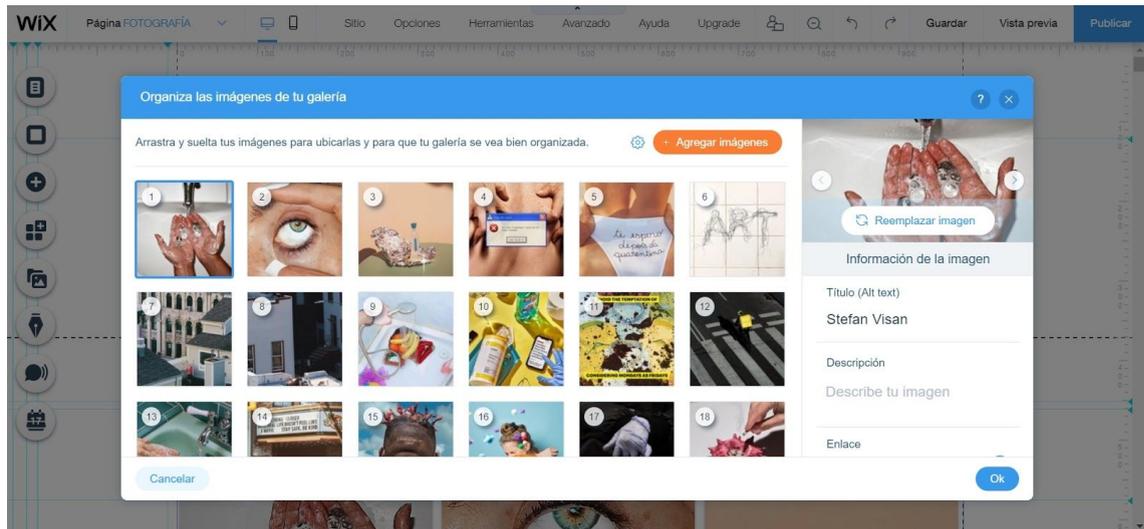
Menú horizontal

8. Más tarde, comenzó la implementación de las imágenes a la galería según su clasificación, añadiendo posteriormente el nombre de su autor o autora así como un link que redireccionara al usuario a la web del mismo.



Adición de imágenes a la galería

9. Cuando se realizó lo propio con cada sección de la galería -street art, pintura, fotografía, etcétera- se reordenaron las imágenes según equivalencia de colores, estéticas similares y otros criterios de carácter visual, con el objetivo de que las transiciones de imagen a imagen, o lo que es lo mismo, de obra a obra, fueran lo más sutiles posibles.



Organizador de la galería

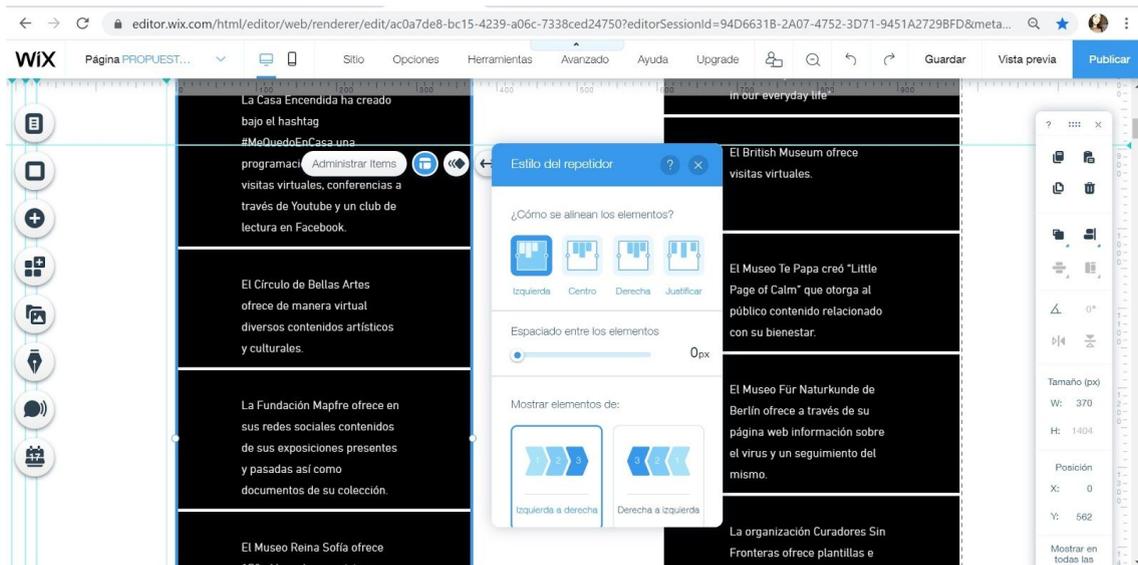
10. La siguiente tarea consistió en la incorporación de los ítems de la hemeroteca a su subpágina optimizando su diseño, ofreciendo los links que conducirían a los usuarios a cada artículo correspondiente.

11. La siguiente tarea que llevé a cabo fue la incorporación de iniciativas artísticas ciudadanas, acompañando cada imagen con una breve descripción. Además, configuré las imágenes de tal modo que al hacer *click* sobre ellas, dirigen al usuario a webs donde pueden obtener más información de la iniciativa seleccionada.



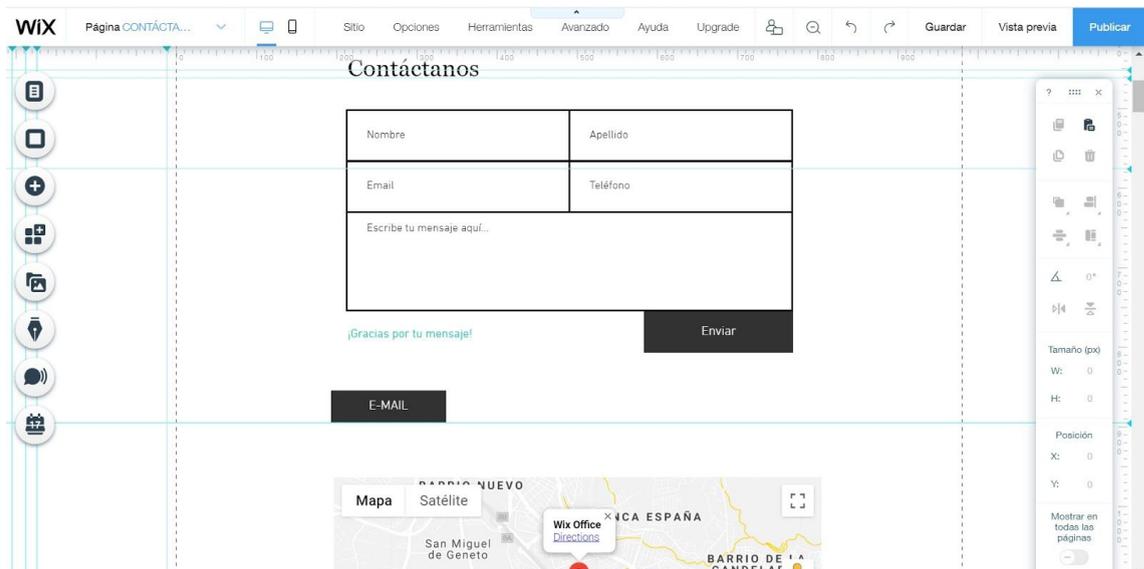
Configuración de las iniciativas artísticas ciudadanas

12. La sección de propuestas de museos e instituciones artísticas consistió en la elaboración de un cuadrante en el que se enumeraron las iniciativas según su categoría de nacional o internacional.



Editor de la sección Propuestas de museos e instituciones.

13. Después se inició la elaboración del apartado de contacto, añadiendo una sección de comentarios privados enlazados al correo electrónico y un botón que redirige al usuario a su correo electrónico elaborando automáticamente un mail con la dirección del correo institucional ya preparada, para así facilitar la comunicación entre visitante y creador.



Edición del apartado de contacto.

14. Por último, se diseñó la versión móvil, ajustando algunos parámetros y creando otros nuevos para que la página pudiera adaptarse al formato lo mejor posible.



Sistema de edición para dispositivos móviles.

## **1.6. Contenido**

El contenido del proyecto se sustenta mayoritariamente en el propio contenido de la página web. Por ello, procederé a desglosar y justificar las diferentes secciones de la misma.

### **1.6.1. Página principal**

La página principal muestra el manifiesto del proyecto, que explica de forma breve los motivos y objetivos que pretende perseguir:

*“La crisis mundial del COVID-19 ha afectado, de un modo u otro, a todos los núcleos y sistemas previamente asentados en la sociedad, abriendo una brecha transmutadora en los modos de vida establecidos, en las interacciones sociales y por ende, en el arte y la cultura, comprometiendo los métodos y prácticas que creíamos permanentes, provocando lo que se prevé como un antes y un después en el tejido del arte así como en su percepción y operación.*

*Este proyecto pretende evidenciar una muestra de los objetos artísticos y las transformaciones culturales provocadas por el virus. De esta manera, la web “Desde el Balcón” tiene como objeto documentar todos esos procesos y obras nacidas durante la crisis, con el fin de que futuras generaciones puedan estudiarlas y delimitar la transformación que provocó el coronavirus en el arte.”*

En el texto se destaca en **negrita** las palabras clave que forman parte fundamental del diseño.

El objetivo de mostrar el manifiesto en la página principal es procurar que el visitante comprenda los parámetros que abarca la web, los fines y las tareas que pretende englobar, señalando además su cometido principal, dotando a quienes circulan por la página de un contexto y de esta manera ofrecerles una visión clara y concisa de la iniciativa.



Captura de la página principal: Manifiesto

### 1.6.2. Galería

La galería de obras es la herramienta principal de la página web. Se trata de un instrumento documentativo que ejerce de depósito virtual como si de los fondos de un museo se tratase, con la diferencia de que son totalmente públicos, pueden consultarse en cualquier momento y todas las obras que posee están relacionadas con el virus.

Al hacer click en el menú sobre esta sección se muestra una página con una galería interactiva en cinta, con diferentes imágenes de los diversos itinerarios tales como fotografía, pintura, diseño, etcétera. Esta función tiene el objetivo de permitir al público previsualizar los contenidos sin necesidad de entrar directamente a cada uno de los itinerarios. Si el visitante desea adentrarse en cada sección de la galería puede hacerlo gracias a esta cinta de imágenes que redirecciona al usuario al ámbito al que pertenece la imagen elegida, o bien seleccionando directamente en el menú el itinerario deseado.

La galería de *Desde el Balcón* contiene obras de ocho categorías artísticas diferentes: Diseño y Moda, Fotografía, Escultura e Instalación, Pintura, Street Art, Arte digital, Ilustración y por último, Intervenciones artísticas. De esta manera las imágenes están estructuradas y clasificadas según la naturaleza del itinerario artístico que representan.

Cada una de esas imágenes está acompañada por un texto que muestra el nombre del artista y el link de su página web oficial o de sus redes sociales, con el fin no sólo de dar crédito a los autores sino también de apoyar y publicitar su trabajo en unos tiempos que probablemente sean desfavorables para los creadores. Estos links que acompañan cada imagen envían al usuario a diferentes páginas en forma de nuevas pestañas, conservando siempre la ventana de *Desde el Balcón* intacta para así impulsar el tráfico de visitantes en esta web.

Las galerías de este proyecto cuentan con más de 300 imágenes de diferentes obras de arte, cifra que irá creciendo de manera permanente a medida que artistas vayan creando y compartiendo nuevas obras de arte relacionadas con la crisis sanitaria. Creo importante el hecho de actualizar periódicamente las obras de arte de la página con el fin de lograr una base de datos mayor que incremente los criterios de objetividad y fiabilidad de la iniciativa.

Analizando la galería de esta web podemos deducir diversos aspectos:

En primer lugar podemos analizar la cantidad de obras de cada ámbito. Según podemos observar en los datos que ofrece la web, existe una cierta tendencia artística a producir más obras relacionadas con el virus en los ámbitos de fotografía, ilustración y arte digital. Quizá sea causado por la mayor rapidez que poseen estos medios en relación a los demás. También puede deberse a que estos métodos artísticos son más susceptibles a ser compartidos por los propios creadores a través de las redes sociales que por ejemplo el street art, la pintura o la escultura. Es decir, son medios más propensos a vincularse con el mundo digital y el avance tecnológico que los tradicionales.

### Comparación de número de obras por ámbito

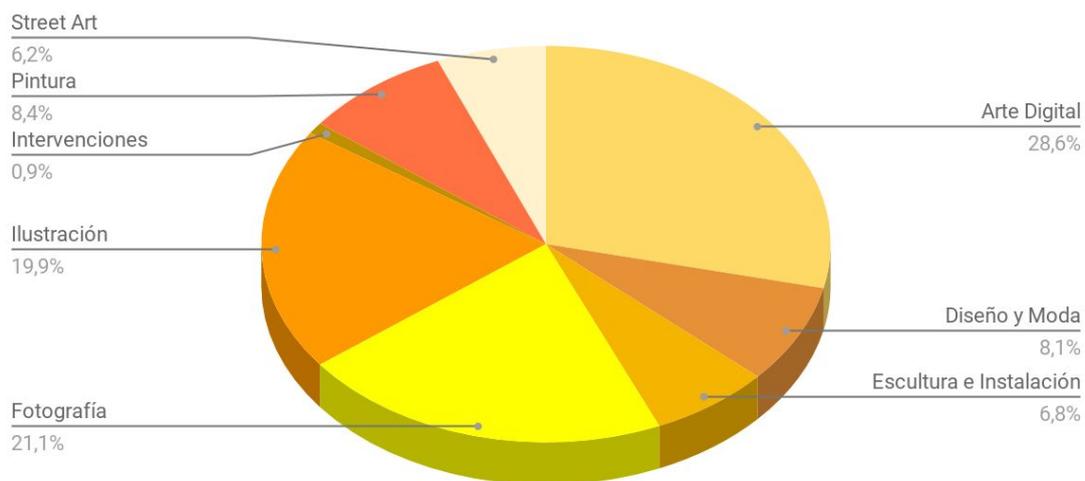


Gráfico circular que compara la cantidad de obras de cada ámbito publicadas en la web.

También puede ser analizado el contenido del grueso de estas obras. Analizando cada una de ellas podemos observar que se trata mayoritariamente de obras de carácter irónico, humorístico, obras hiperbólicas y trabajos que muestran estados de ánimo y sensaciones individuales y colectivas, compartiendo conceptos visuales o textuales que hacen referencia a ello, ya sea de cansancio, agobio, nostalgia, solidaridad, etcétera.

En esa mayoría también encontramos obras críticas dirigidas, sobretudo, hacia el sistema capitalista o los ritmos de vida acelerados relacionados con términos de productividad y hacia supeditaciones de criterios sanitarios y de salud pública frente al capital, entre otros.

Podemos encontrarnos además, una gran cantidad de obras que muestran los objetos más sonados de la cuarentena, como el papel higiénico, mascarillas o productos sanitizadores. La plasmación en obras de arte de estos nuevos elementos de culto que se han convertido en iconos durante esta cuarentena puede ofrecer mucha información a los futuros estudios, los cuales ya han empezado a analizar por qué se ha creado una especie de afán y obstinación hacia ciertos productos: *“El enigma consiste más bien en saber qué lleva a tanta gente a afanarse en algo inútil, es un interrogante del ser humano que lleva milenios sin respuesta y que ahora se reabre con algo tan trivial como el papel higiénico. Como siempre, hay varias teorías disponibles.*

*El efecto FOMO. La palabra viene del acrónimo inglés Fear Of Missing Out, el miedo a estar perdiéndose algo importante. Lo ha explicado en varios medios el profesor Nikita Garg, de la Universidad de Nueva Gales de Sur, en Australia: "Pensamos que si alguien lo está comprando, tiene que haber una razón".*

*Efecto rebaño. Parecido al anterior. Somos criaturas sociales y "observamos a los demás para detectar pistas de lo que es seguro o peligroso", explica Steven Taylor, autor de La psicología de las pandemias, a la cadena CNN. Vemos que la gente compra como loca, incluso nos damos cuenta de la sinrazón de ese comportamiento, pero nosotros también somos la gente.*

*Efecto por si acaso. Cuando las autoridades anuncian que vamos a pasar un tiempo en casa, nos preparamos a conciencia para "todo el tiempo que sea posible" sin salir a ninguna parte, explica Fran Farley, de la Asociación Psicológica Americana. Somos capaces de imaginarnos un tiempo muy largo encerrados en casa.*

*Efecto nunca está de más. No pasa nada por comprar papel higiénico a mansalva. Es barato y no caduca. Antes o después podrá gastarse.*

*Efecto control. Rohan Miller, experto en comportamiento del consumo, explicó a la BBC, que "todos quieren asegurarse de que no les van a faltar ciertas comodidades en la vida". Acumular rollos de papel no es necesario para sobrevivir, pero sí para asegurarse que no se va a caer por debajo de ciertos estándares de vida. Hay situaciones en las que no queremos vernos. Y el papel higiénico, al parecer, es clave para una de ellas."*<sup>14</sup>

Así como se exponen y se hace uso artístico de estos elementos ya icónicos, se plasma de la misma manera los ritos más populares de este periodo, como pueden ser los aplausos, el lavado de manos, etcétera. Es decir, son obras que simplemente reflejan nuevas realidades, la aparición de imágenes y el nacimiento de acciones que anteriormente no existían o no eran socialmente relevantes pero que el virus se ha encargado de convertirlas en una nueva cotidianidad colectiva. Tales obras demuestran, en cierto modo, el poder y el potencial de estas imágenes como documentos históricos y como futuras fuentes documentales de la pandemia.

Cabe añadir que en la galería podemos observar y diferenciar claramente dos tipos de obra: un grupo de imágenes en las que se hace una clara alusión al virus, incorporando elementos prototípicos asociados a este como mascarillas, papel higiénico o productos de sanitización, y un segundo grupo en la que la referencia es mucho más sutil pero conocemos que está relacionada con la enfermedad gracias a la confirmación de sus autores y autoras.

---

<sup>14</sup> "Papel higiénico, agotado: la última mutación del miedo al coronavirus", *NIUS*, 15 de junio de 2020  
[https://www.niusdiario.es/sociedad/sanidad/coronavirus-misterio-agota-papel-higienico-covid-19\\_18\\_2912970211.html](https://www.niusdiario.es/sociedad/sanidad/coronavirus-misterio-agota-papel-higienico-covid-19_18_2912970211.html)

Por otra parte, muchas de las obras tienen un importante componente textual cuyo fin parece ser el de compartir mensajes con el resto de la sociedad que está pasando por la misma situación. Algunos hacen alusión al surrealismo que desprende la circunstancia, otros son mensajes de ánimo y esperanza y otros simplemente muestran con palabras hechos y sentimientos personales y generalizados.

## DESDE EL BALCÓN

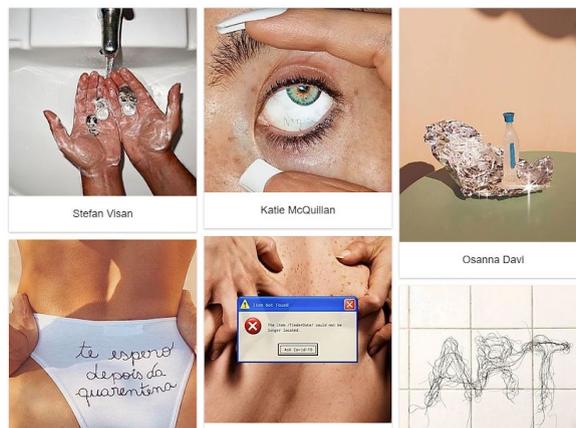
MANIFIESTO GALERÍA DE OBRAS CONCIENCIACIÓN Y ARTE HEMEROTECA Más...

### GALERÍA



Captura de la galería en la web.

MANIFIESTO GALERÍA DE OBRAS CONCIENCIACIÓN Y ARTE HEMEROTECA Más...



Captura de la sección Fotografía de la Galería.

### **1.6.3. Concienciación y arte**

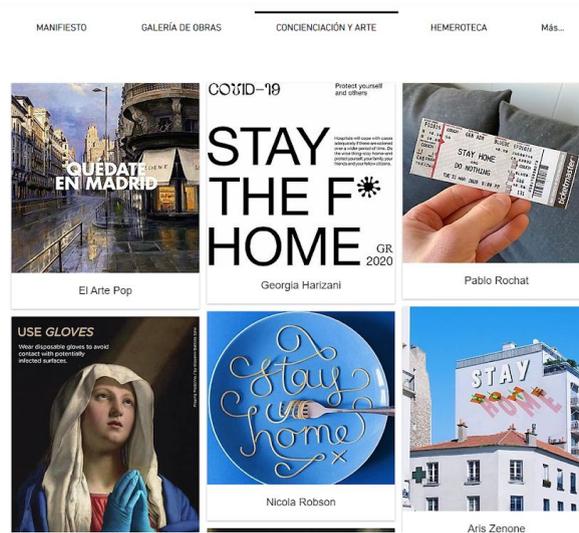
La sección de Concienciación y arte muestra una galería de obras que hacen uso del arte como método formativo que pretende educar a la población en cuestiones relacionados con el virus y que atañen a este, con eslóganes como “Quédate en casa” o “Respetar la distancia”. En definitiva, son imágenes que parecen tener fines divulgativos, donde el arte es una herramienta comunicativa potente que pretende crear una concienciación en torno a la situación sanitaria, impulsando a quienes contemplan estas obras a acatar ciertas normas higiénicas y a tener presente ciertas indicaciones sociales que eviten la propagación del virus.

Estas obras forman parte o bien de las iniciativas individuales de los propios artistas, que ven su trabajo como una posible herramienta útil de concienciación ciudadana, o bien son obras precursadas por diferentes entidades, grandes organizaciones e incluso gobiernos, que de la misma manera comprenden el arte de una forma instrumentalizadora, política y con una clara función social.

Estas obras demuestran el poder de las imágenes como elementos cargados de información visual y conceptual, de su potestad de convicción, persuasión o de propio impacto social.

Consideré necesario otorgar un apartado propio y un espacio individual a esta galería puesto que la funcionalidad e intencionalidad es diferente al resto de las obras mostradas, compartiendo además un núcleo común que evidencia otro uso de la imagen y de la obra de arte, diferente a las mostradas en las otras galerías genéricas de la página. Dicho motivo, sumado a la importancia de destacar esta agrupación de obras, de distintos autores y orígenes pero con idéntica competencia, puede jugar un papel importante en los posteriores estudios y análisis del impacto del virus en el arte, incrementando su trascendencia como documento histórico y artístico.

Al igual que en el resto de galerías de *Desde el Balcón*, cada imagen está acompañada de el nombre de su autor o de su autora, junto a un link que envía al visitante a la página web del mismo o de la organización responsable.



Captura de la sección Concienciación y arte.

#### 1.6.4. Hemeroteca

La RAE define el concepto de hemeroteca como “*biblioteca en que principalmente se guardan y sirven al público diarios y otras publicaciones periódicas.*” Por su parte, la descripción de Oxford Languages en torno al mismo término es “*colección de revistas, diarios y publicaciones periódicas.*” Añade además que el origen del vocablo proviene de del griego, conformado por las voces *heméra*, que significa “día” y *théke*, cuya traducción al español sería “depósito”. En un concepto más amplio, La Universidad de Salamanca define el concepto de hemeroteca de esta manera: “*Ha sufrido continuos cambios en el tiempo. Según MALCLES, son obras colectivas con un título legalmente reconocido que aparece a intervalos regulares previamente fijados durante un periodo de tiempo ilimitado, cuyos fascículos encadenados cronológica y numéricamente, pueden agruparse constituyendo volúmenes. MARTINEZ DE SOUZA define estas publicaciones como aquellas que aparecen en fecha fija con un contenido informativo o de opinión normalmente heterogéneas, que aparecen impresas bajo un único título legal, numéricamente correlativas y con unos propósitos de duración indefinidos. Es decir, que lo que definiría a las publicaciones periódicas, sería su título legal, su carácter colectivo, esto es, que contienen una diversidad de artículos de diversos escritores, su aparición regular y su carácter de obras abiertas, sin acotación cronológica para su fin.*”<sup>15</sup>

Sin embargo, internet ha transformado, en cierta medida, el uso y concepción de dicha locución:

“*Internet ha modificado el funcionamiento de las hemerotecas. Por un lado, muchas hemerotecas han digitalizado sus fondos para que éstos puedan ser consultados a distancia a través de la Web. Por otra parte, hay hemerotecas que, si bien no digitalizaron sus archivos, han desarrollado algún tipo de base de datos para que el interesado pueda consultar el catálogo antes de acudir al edificio.*”<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> “Hemerotecas”, *Bibliotecas USAL*, 16 de junio de 2020, <http://sabus.usal.es/docu/pdf/Hemeroteca.PDF>

<sup>16</sup> “Hemeroteca”, *Definición de*, 15 de junio de 2020, <https://definicion.de/hemeroteca/>

Con el nacimiento y la popularización de internet, el acceso a las hemerotecas por parte de el público se ha convertido en una tarea más rápida, más eficaz y ha logrado aumentar el rango de alcance, siendo ahora un medio mucho más democrático al facilitar al público el acceso a la información. La misma UNESCO desarrolló un manifiesto en favor de la información, bibliotecas y hemerotecas públicas: *“La libertad, la prosperidad y el desarrollo de la sociedad y de los individuos son valores humanos fundamentales. Estos sólo podrán alcanzarse mediante la capacidad de ciudadanos bien informados para ejercer sus derechos democráticos y desempeñar un papel activo en la sociedad. La participación constructiva y la consolidación de la democracia dependen tanto de una educación satisfactoria como de un acceso libre y sin límites al conocimiento, el pensamiento, la cultura y la información.*

*La biblioteca pública, puerto local hacia el conocimiento, constituye un requisito básico para el aprendizaje a lo largo de los años, para la toma independiente de decisiones y el progreso cultural del individuo y los grupos sociales.*

*Este Manifiesto proclama la fe de la UNESCO en la biblioteca pública como una fuerza viva para la educación, la cultura y la información y como un agente esencial para el fomento de la paz y del bienestar espiritual a través del pensamiento de hombres y mujeres.*

*Así pues, la UNESCO alienta a las autoridades nacionales y locales a dar soporte comprometerse activamente en el desarrollo de las bibliotecas públicas.*

*Las hemerotecas son herramientas útiles a la hora de documentar hechos históricos, sucesos relevantes o incluso como método para contrastar información, crónicas y noticias, del mismo modo que son, en sí mismos, un instrumento imprescindible para el estudio y análisis de un periodo, un movimiento, o un acontecimiento concreto.”<sup>17</sup>*

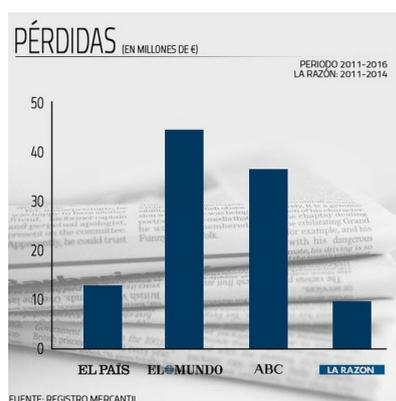
---

<sup>17</sup> “Manifiesto de la IFLA/UNESCO Sobre la Biblioteca Pública 1994”, IFLA, 15 de junio de 2020, <https://www.ifla.org/ES/publications/manifiesto-de-la-ifla-unesco-sobre-la-biblioteca-p-blica-1994>

Es por ello que creí imprescindible la incorporación a la web de una hemeroteca específica que tratase los artículos de prensa digital relacionados con el arte y la situación creada por el coronavirus, sumado a la gran cantidad de artículos de esta índole que inundaron internet y que se perderían en los recovecos del mismo si no se recopilaban y documentaban a tiempo.

Por otra parte, esta hemeroteca puede servir, en un futuro, de testigo de los cambios y las transformaciones acontecidas en el arte y en la cultura debido a la crisis sanitaria y al confinamiento.

La necesidad de que la concepción de esta hemeroteca sea de carácter digital es, básicamente, debido a que la gran mayoría de noticias de esta índole fueron publicadas de manera virtual, a causa de las restricciones que imponía el confinamiento total y en sus primeras fases. A ello podemos sumarle el evidente crecimiento de la prensa digital y de los medios de comunicación virtuales, llegando a considerar incluso las publicaciones escritas o físicas en peligro de extinción: *“Los periódicos digitales ganan terreno a pasos agigantados a los impresos. En los nueve primeros meses del año, el papel ingresó un 6,9% menos que en el ejercicio anterior. En la última década, ha pasado de facturar 1.800 millones de euros a 386,4. Una auténtica debacle.”*<sup>18</sup>



Fuente: Vozpopuli<sup>19</sup>

18

Rubén Arranz, “Cualquier tiempo pasado fue mejor: la prensa en papel se queda sin anunciantes”, *Vozpopuli*, 15 de Junio de 2020  
[https://www.vozpopuli.com/medios/Cualquier-tiempo-pasado-prensa-anunciantes\\_0\\_964704102.html](https://www.vozpopuli.com/medios/Cualquier-tiempo-pasado-prensa-anunciantes_0_964704102.html)

<sup>19</sup> Arranz, “Cualquier tiempo pasado fue mejor: la prensa en papel se queda sin anunciantes”...

La hemeroteca en esta web se muestra como una especie de estante virtual que divide los documentos, como si de una biblioteca o archivo físico se tratase. Asimismo, las noticias se disponen en la página a modo de links, que envían al usuario a cada sitio web donde pueden leer el artículo que previamente han seleccionado.

Si analizamos el grueso de las noticias podemos observar que están protagonizadas por el nacimiento de nuevas exposiciones surgidas a raíz o con motivo de la crisis del COVID-19, otras exploran la alarmante y sonada cuestión de cómo será el arte o la propia cultura tras la resolución de la situación sanitaria, también se mencionan iniciativas específicas de ciertas instituciones o artistas, otros artículos entran en temas más teóricos en relación con la historia del arte y las enfermedades y epidemias, algunos de ellos narran o explican obras de arte concretas que de algún modo están vinculadas con el virus, etcétera.

De la cantidad de artículos relacionados con el arte y esta enfermedad que han invadido internet podríamos incluso deducir que se ha hablado más de arte en esta situación que en circunstancias corrientes. Ahora, debemos mantenernos a la espera de si esta tendencia se extiende a la llamada nueva normalidad.

Los artículos que han sido publicados en *Desde el Balcón* han pasado previamente un filtro de calidad, recuperando únicamente los que pertenecían a medios de prestigio o de cierta fidelidad nacional e internacional, tales como The New York Times, El País y EFE entre otros.

Los artículos recopilados en la web *Desde el Balcón* son los siguientes:

- *“Desde el aislamiento y en la red: La Casa Encendida presenta una exposición colectiva online.”*

Disponible en la web:

<http://masdearte.com/desde-el-aislamiento-y-en-la-red-la-casa-encendida-presenta-una-exposicion-colectiva-online/>

- *“Artes visuales y museos después de la pandemia: una carta y un decálogo de resistencia.”*

Disponible en la web:

<http://masdearte.com/artes-visuales-y-museos-despues-de-la-pandemia-una-carta-y-un-decalogo-de-resistencia/>

- *“Confinados, una exposición (figurativa) online. El MEAM barcelonés dedica una muestra virtual al arte nacido de lo cotidiano.”*

Disponible en la web:

<http://masdearte.com/confinados-una-exposicion-figurativa-online/>

- *“Arlequín: el Museo Picasso lleva a la red una exposición para leer y mirar. Será la primera muestra digital presentada por el centro malagueño.”*

Disponible en la web:

<http://masdearte.com/arlequin-el-museo-picasso-lleva-a-la-red-una-exposicion-para-leer-y-mirar/>

- *“Hauser & Wirth: arte en realidad virtual. La galería suiza presenta 'Beside Itself', una exposición con obras de Louise Bourgeois, Jenny Holzer, Roni Horn y Bruce Nauman en su nueva sede de Menorca, que abrirá sus puertas en 2021.”*

Disponible en la web:

<https://elcultural.com/hauser-wirth-arte-en-realidad-virtual>

- *“Jardines en azoteas, ‘big data’ en aeropuertos: Luis Vidal y la arquitectura pospandemia.”*

Disponible en la web:

<https://elcultural.com/jardines-en-azoteas-big-data-en-aeropuertos-luis-vidal-y-la-arquitectura-pospandemia>

- *“La cultura en la fase 1.”*

Disponible en la web:

<https://elcultural.com/la-cultura-en-la-fase-1>

- *“Las galerías preparan su apertura. En Madrid y Barcelona la actividad se retomará el próximo 11 de mayo mientras que Baleares y la Comunidad Valenciana esperarán unos días para tomar decisiones.”*

Disponible en la web:

<https://elcultural.com/las-galerias-preparan-su-apertura>

- *“El arte como muro para frenar el coronavirus en Dakar.”*

Disponible en la web:

<https://www.wiriko.org/artes-visuales/coronavirusdakar/>

- *“El arte y la peste”*

Disponible en la web:

<https://www.nytimes.com/es/2020/03/27/espanol/opinion/arte-coronavirus.html>

- *“Las obras de arte que explican lo que ocurre con el coronavirus.”*

Disponible en la web:

[https://www.abc.es/cultura/arte/abci-obras-arte-explican-ocurre-coronavirus-202003170138\\_noticia.html](https://www.abc.es/cultura/arte/abci-obras-arte-explican-ocurre-coronavirus-202003170138_noticia.html)

- *“El coronavirus pone el arte patas arriba.”*

Disponible en la web:

<https://www.lavanguardia.com/cultura/20200318/474240512054/coronavirus-cultura-museos-impacto-arte.html>

- *“#MuseumWeek: museos de todo mundo combaten el coronavirus con cultura.”*

Disponible en la web:

<https://www.efe.com/efe/espana/cultura/museumweek-museos-de-todo-mundo-combate-n-el-coronavirus-con-cultura/10005-4245273>

- *“Los graffitis del coronavirus de Barcelona.”*

Disponible en la web:

<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20200518/481227744274/graffitis-barcelona-coronavirus-guardia-urbana.html>

- *“Stay Cool Capítulo N° 2: The Covid Art Museum.”*

Disponible en la web:

<https://ohquecool.com/covid-art-museum-entrevista-stay-cool/>

- *“De Monet al coronavirus: una historia de los ataques a los museos.”*

Disponible en la web:

[https://elpais.com/cultura/2020/05/15/babelia/1589557169\\_201546.html](https://elpais.com/cultura/2020/05/15/babelia/1589557169_201546.html)

- *“El arte es clave para gestionar las dudas que genera la pandemia.”*

Disponible en la web:

<https://elpais.com/espana/catalunya/2020-05-17/el-arte-es-clave-para-gestionar-las-dudas-que-genera-la-pandemia.html>

- “La falsa campaña de Netflix llena de 'spoilers' las calles para que la gente permanezca en sus casas.”

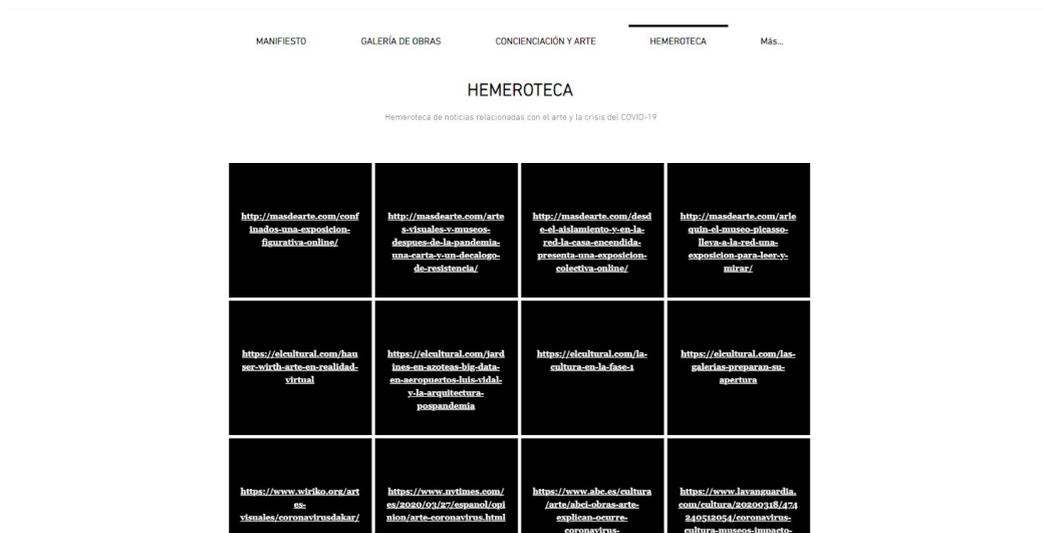
Disponible en la web:

[https://www.diariodesevilla.es/vital/campana-Netflix-spoilers-calles-permanezca-casas\\_0\\_1451255322.html](https://www.diariodesevilla.es/vital/campana-Netflix-spoilers-calles-permanezca-casas_0_1451255322.html)

- “Los maestros de Flandes, ahora también desde casa.”

Disponible en la web:

<https://www.descubrirelarte.es/2020/05/22/los-maestros-de-flandes-ahora-tambien-desde-casa.html>



Captura de la sección Hemeroteca de la web.

### **1.6.5. Iniciativas artísticas ciudadanas**

La sección de Iniciativas artísticas ciudadanas exhibe las principales propuestas de índole artística que han concebido y protagonizado las y los ciudadanos en relación a la crisis sanitaria y al confinamiento. Se trata de obras de arte mayormente serendípicas, es decir, trabajos artísticos nacidos de manera inconsciente, pues el grueso de la población no tiene, generalmente, un nivel profundo de conocimiento ni de conciencia en torno a este tipo de prácticas artísticas contemporáneas. Por ello, han llevado a cabo estas iniciativas con fines mayoritariamente de entretenimiento y distracción del aislamiento social, creando no sólo pasatiempos individuales sino actividades que involucran a vecinos o usuarios de las redes sociales, mostrando un factor solidario y amenizador del arte.

Algunas de esas iniciativas están relacionadas con la música, siendo muy populares la creación de festivales y conciertos retransmitidos a través de la herramienta de directos de Instagram a los que se han sumado numerosos y célebres artistas nacionales e internacionales. Los conciertos comunitarios donde el balcón se convierte en escenario y las terrazas vecinas en palcos VIP también fueron protagonistas del dinamismo social y artístico que propulsó la cuarentena, llegando incluso a llevarse a cabo conciertos colectivos de balcón a balcón. Esta misma prolongación del hogar se convirtió en el confinamiento en el escenario perfecto, pues además de conciertos se realizaron espectáculos y sesiones teatrales que buscaban el acercamiento, no físico sino emocional, vecinal, estrechando esa distancia de seguridad inmaterial que parecía existir antes de los tiempos del coronavirus.

Por su parte las artes tradicionales y las manualidades tuvieron una funcionalidad social y solidaria, pues se cosieron y se donaron una gran cantidad de mascarillas sanitarias cuando éstas escaseaban en el mercado, en hospitales y en centros sanitarios. Lo mismo ocurrió con las pantallas faciales, pues se difundió por redes sociales y medios virtuales vídeos y tutoriales de cómo hacer este artilugio de manera casera o divulgando plantillas para su posterior impresión 3D y donación.

Las redes sociales también fueron testigos del tránsito de iniciativas artísticas ciudadanas que circulaban por ellas. Nació allí el *challenge* que incitaba a los usuarios a recrear diferentes obras de arte históricas, utilizando de atrezzo y vestuario elementos y objetos que ya estaban en casa, haciendo uso de la creatividad y cultivándose, de manera inconsciente, en el temario de historia del arte, materia olvidada y postergada por el sistema educativo. Los resultados de esta actividad se compartieron a través de Twitter, Instagram y Facebook, creando una interacción, retroalimentación y relación simbiótica entre los usuarios, donde el arte, era el protagonista. Dicen que el arte imita a la vida, pero en este caso la vida imitó al arte. Incluso museos de gran calibre alentaron a su público a unirse a este reto: *“El museo ha invitado a sus seguidores de las redes sociales a “recrear una obra de arte con objetos (y personas)” desde la comodidad de sus casas. Como siempre, el internet estuvo a la altura de la misión.*

*Después de que el museo compartiera algunos ejemplos de este desafío artístico realizados por su propio personal, los usuarios de Twitter comenzaron a responder al Getty con sus propias recreaciones artísticas. Algunos usaron a sus mascotas como dobles de los sujetos humanos en los cuadros, y todos tuvieron que ponerse creativos con los objetos cotidianos que utilizaron para las fotos. Una persona usó un recogedor para representar una casa azul en un cuadro de Chagall, mientras que otra usó media docena de rollos de papel higiénico para imitar la forma de una peluca empolvada en un cuadro parisino del siglo XVIII. Este tipo de recreaciones seguro te harán reír, y luego te harán pensar qué objetos de tu casa puedes usar para conjurar una obra maestra de la historia del arte.*

*El Getty no es la única cuenta que promueve este tipo de reto creativo, pero se ha vuelto tan popular que ya es conocido como el “Getty Museum Challenge” en muchos países. De hecho, esta institución obtuvo la idea de Tussen Kunst & Quarantaine, una cuenta de Instagram holandesa (cuyo nombre significa “entre el arte y la cuarentena”), quienes han estado compartiendo recreaciones caseras por varias semanas, al igual que Covid Classics—una popular cuenta de Instagram de “cuatro compañeros de piso que aman el arte... y están en cuarentena indefinidamente”. La popularidad del Getty Museum Challenge también ha inspirado dos famosos grupos de Facebook en Rusia y*

*España, en los que los usuarios comparten divertidas imágenes inspiradas en la historia del arte todos los días.*<sup>20</sup>

Por su parte, la fotografía y el mundo digital también fueron protagonistas de estas actividades artísticas fomentadas por la ciudadanía. A través de softwares de comunicación y mensajería de voz y vídeo como puede ser Skype, Zoom, Meet, FaceTime o Hangouts, entre muchos otros, se llevaron a cabo numerosas sesiones de fotos virtuales. Los resultados de esta nueva técnica fotográfica mediante videollamadas se popularizó y *viralizó* en las redes de tal manera que fotógrafos expertos y amateurs compartieron en masa sus resultados en las diferentes comunidades de internet.

La web *Desde el Balcón* muestra estas iniciativas en formato imagen, pues es más llamativo para el usuario e ilustra mejor el concepto al que hace referencia. Además, a dichas imágenes les acompaña un título y una breve descripción de cada actividad. Al *clickear* sobre la imagen, se abre una nueva pestaña que dirige al visitante a una página web que le ofrece más información sobre la iniciativa que previamente ha seleccionado.



Captura de la sección Iniciativas artísticas ciudadanas

<sup>20</sup> Sofía Vargas, "Fans del arte recrean obras maestras con objetos que tienen en sus casas", *My Modern Met*, 15 de Junio de 2020 <https://mymodernmet.com/es/reto-recrear-historia-arte/>

### 1.6.6. Propuestas de museos e instituciones artísticas

La sección de Propuestas de museos e instituciones artísticas pretende reflejar las medidas que han tomado este tipo de organizaciones con respecto a la crisis que ha provocado el virus. Las acciones que han llevado a cabo pueden servir como reflejo del antes y el después que ha desencadenado el coronavirus en el sector. Igualmente, esta sección de *Desde el Balcón* pretende servir como herramienta documental que testifique el comportamiento de las instituciones artísticas frente a la situación, en qué se basan, qué objetivos buscaron, de qué naturaleza son, cuántas fueron efectivas y por qué, de qué calibre fueron los cambios, cuál fue la intensidad de las transformaciones, etcétera. Por este motivo, podríamos concluir que el objetivo de esta sección de la web es evidenciar y documentar los procesos que han sufrido y en los que se han visto envueltos tanto los museos como otras instituciones del sector cultural.

Además, podría ayudar o actuar como ejemplo para otras organizaciones del sector como método complementario a sus actividades físicas, que se han visto reducidas y han sufrido una minoración de público, o en caso de que pudiera surgir un rebrote del virus y se tuviera que trasladar de nuevo la actividad a las versiones virtuales y al trabajo telemático.



Captura de la sección Propuestas de museos e instituciones artísticas.

He dividido la sección entre propuestas nacionales y propuestas internacionales para facilitar la tarea de catalogación a futuros investigadores e investigadoras.

Entre las iniciativas nacionales podemos encontrar las siguientes:

-El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza muestra online diversas exposiciones a través del proyecto Thyssen Multimedia. A través de la app Second Canvas, se pueden ver sus obras en alta definición.

-La Casa Encendida ha creado bajo el hashtag #MeQuedoEnCasa una programación online con visitas virtuales, conferencias a través de Youtube y un club de lectura en Facebook.

-El Círculo de Bellas Artes ofrece de manera virtual diversos contenidos artísticos y culturales.

-La Fundación Mapfre ofrece en sus redes sociales contenidos de sus exposiciones presentes y pasadas así como documentos de su colección.

-El Museo Reina Sofía ofrece 170 vídeos de exposiciones nuevas y antiguas.

-El Museo del Prado además de ofrecer visitas virtuales, realiza directos en Instagram comentando obras de arte.

-REMEDI: Red de Museos y estrategias digitales. Este proyecto, coordinado por la Politècnica de València tiene como objetivo la investigación y la documentación de los procesos que sufren los Museos Nacionales tras el brote del virus.

El grueso de las propuestas nacionales que han nacido con motivo de la crisis sanitaria y el confinamiento están relacionadas con la virtualidad, es decir, emplean las nuevas tecnologías y los servicios digitales para dar a conocer sus fondos, colecciones, ofrecer conferencias o crear redes de apoyo en las que conectar instituciones del sector entre sí para intercambiar estrategias, pareceres, ideas, iniciativas, etcétera.

En general, podríamos afirmar que gran parte de los proyectos llevados a cabo por instituciones y órganos artísticos españoles se sometieron a una labor de entretenimiento social y de divulgación artística, dado que ofrecieron servicios que simultáneamente amenizaban los meses de confinamiento y educaban a la población en materias de arte e historia del arte, comentando obras, explicando su contexto y cronología y realizando además, talleres virtuales.

Las estrategias digitales que nacieron durante la crisis sanitaria beneficiaron tanto al grueso de la población, que tuvieron al alcance de su mano obras y visitas virtuales a museos a los que, por diferentes motivos, nunca habrían podido visitar o acceder, como a las pequeñas y medianas organizaciones, galerías y museos, que gracias al alcance de las redes sociales, lograron ampliar su público y darse a conocer gracias a estrategias digitales efectivas.

Los grandes museos e instituciones del sector se beneficiaron de igual manera de estas maniobras virtuales al sumar seguidores y mantenerse a la vanguardia tecnológica.

Algunas de las medidas que llevaron a cabo los museos internacionales son las que se muestran a continuación:

- El Museo Palestino lanza “Museum from Home – Palestine Perseveres”
- El Museo Etnográfico de Istria publica online la exposición “What are you afraid of? Fear in our everyday life”
- El British Museum ofrece visitas virtuales.
- El Museo Te Papa creó “Little Page of Calm” que otorga al público contenido relacionado con su bienestar
- El Museo Für Naturkunde de Berlín ofrece a través de su página web información sobre el virus y un seguimiento del mismo.
- La organización Curadores Sin Fronteras ofrece plantillas e instrucciones para construir pantallas faciales.
- El Museo de Memoria y Tolerancia mexicano ha creado diversas campañas a través de las redes sociales con el fin de fomentar los diversos derechos humanos en relación al racismo, derecho a la salud, violencia doméstica, etc en torno al brote del virus.
- El Museo Nacional de Australia creó una propuesta digital en la que se narran historias sobre el lugar y sobre los trabajadores que arriesgan su vida en situaciones como esta.
- El Museo Etnográfico Juan B. Ambrosetti organizó una exposición online sobre aquellas herramientas que acompañan al público durante el brote.
- El Museo Canadiense de Derechos Humanos creó una exposición online donde se muestran historias personales relacionadas con el COVID-19.
- Como estrategia de documentación, el Museo de Colorado está recopilando historias personales en relación con el virus.
- El Museo Erding de Alemania reúne testimonios y fotografías como documentación de la vida durante la cuarentena.
- El Museo de Viena Belvedere ofrece pequeños recorridos online de sus obras y exposiciones a través de las redes sociales.
- El Museo del Louvre ofrece tours online por algunas de sus exposiciones.
- El Museo Castello di Rivoli ofrece tours en línea y diferentes vídeos relacionados con el arte.

- El museo Fondazione Sandretto Re Rebaudengo han llevado a cabo a través de su Instagram y página web diversos talleres y un libro electrónico relacionado con el arte contemporáneo.
- El Museo Nacional de Copenhague ha creado un formulario en línea con el fin de que quien lo desee, pueda narrar a modo de crónica su vida cotidiana durante esta crisis.
- Moderna Museet creó la iniciativa Sofa Tours, es decir, visitas guiadas en directo.
- El MuDA ofrece clases virtuales en streaming.
- La Art Gallery Bremen creó el hashtag en Twitter #tussenkunstenquarantaine donde personas de todo el mundo compartían obras de arte históricas.
- El Getty Museum alentó a sus seguidores a reproducir sus obras de arte y enviarlas a través de las redes sociales.
- El Museum Europäischer Kulturen creó #collectingcorona con el fin de documentar las impresiones y vivencias de quienes sufrieron la crisis del coronavirus para que puedan ser estudiados por las futuras generaciones.
- El Italy Fondazione Sandretto Re Rebaudengo compartió pasajes y citas a través de la herramienta historias de instagram con el hashtag #letsread.
- CAM, The Covid Art Museum. Nace en Instagram el primer museo virtual en relación a obras nacidas durante la pandemia.
- Museum Week 2020, apoyado por la UNESCO y Europa Nostra.

Podemos observar y percibir en las estrategias y medidas que han llevado a cabo las organizaciones artísticas internacionales una mayor tendencia a la documentación de procesos, objetos, historias y experiencias relacionadas con el virus que las instituciones culturales nacionales. Considero fundamental el papel que juegan dichos organismos del sector a la hora de narrar, analizar y documentar todos estos procesos y elementos vinculados al coronavirus puesto que tienen una mayor capacidad de análisis y gestión, mayores redes de difusión, una considerable autoridad para llevar a cabo un tratamiento óptimo de la cuestión, etcétera.

Si las organizaciones artísticas y culturales no documentasen de manera intensiva las obras, las historias y los procesos ligados al virus, a la crisis sanitaria y al confinamiento, la información se perdería, se obstaculizaría la tarea de análisis de los cambios que ha producido y de las acciones que ha mantenido y reforzado, convirtiéndose la época en una hoja en blanco en el libro de la Historia del Arte. Las futuras generaciones no comprenderían ciertos aspectos del arte ni determinados orígenes de acciones, procedimientos y actuaciones relacionados con el mismo y con la cultura. Por ello, las instituciones artísticas tanto nacionales como internacionales -sobre todo las que tienen cierto peso y autoridad generalizada- tienen el deber y la obligación de testimoniar y atestiguar, en la mayor medida de lo posible, todos los procesos artísticos, sociales, antropológicos e históricos en relación al SARS Co-V.

Tanto las propuestas elaboradas y ejecutadas por las instituciones nacionales como las internacionales muestran el vínculo que tiene, o que debería tener, el arte y el mundo digital.

Las redes sociales tienen el poder de llegar a una gran cantidad de población, acumulando además una diversa variedad de targets, pues las mismas se han popularizado enormemente entre los diversos sectores de la sociedad, si obviamos los vacíos que provoca la brecha digital y generacional. Gracias a ellas y al resto de plataformas que conforman el mundo digital, muchos organismos del sector han sobrevivido a la pandemia o han podido continuar su labor de manera virtual.

Ahora, sólo queda preguntarnos y analizar si ese vínculo que se ha forjado entre las instituciones artísticas y el mundo digital ha sido un parche temporal en una herida que se ha abierto en el sector o si por el contrario se trata de un enlace permanente que continuará tras solucionarse la crisis que ha provocado el virus.

Todas estas propuestas se disponen en la web *Desde el Balcón* en formato de listado, clasificado según fueran proyectos nacionales o de índole internacional.

### 1.6.7. Contáctanos

El objetivo del apartado de contacto en la web es por una parte, reflejar la autoría del proyecto y por otra, aún más importante, favorecer intercambio de información entre creador y visitante, alimentando de esta manera el tráfico de contenido y documentación así como la recopilación de testimonios, vivencias y experiencias. Además, a través de esta sección, el público puede valorar los contenidos y aconsejar cambios y mejoras. De esta manera, gracias a esta herramienta los visitantes pueden producir reseñas privadas y así lograr un feedback que ayude a mejorar *Desde el Balcón*.

Esa retroalimentación es esencial en un proyecto de este tipo, pues otros profesionales del arte o simplemente, individuos a los que le interese, pueden colaborar aportando información, obras o documentación. Incluso propios artistas que hayan creado trabajos relacionados o a raíz del virus pueden remitirlos y así aparecer en la web.

Los elementos que se presentan en este apartado son una sección de comentarios privados que son derivados al mail de la web, un botón de e-mail con mi correo personal y un mapa que señala la Universidad de La Laguna, donde ha sido engendrado este proyecto.

#### Contáctanos

Nombre	Apellido
Email	Teléfono
Escribe tu mensaje aquí...	
<input type="button" value="Enviar"/>	



Captura de la sección de contacto

## 1.7. Destinatarios

Esta iniciativa está especialmente dirigida a los y las profesionales de la cultura y de la historia del arte, en concreto, a los futuros trabajadores del sector, pues serán ellos quienes necesiten una base de datos con diversa información sobre las obras de arte y la cultura durante la pandemia del coronavirus para elaborar un análisis claro y diversos estudios sobre los efectos del virus en el paradigma del arte y sus derivados.

Sin embargo, *Desde el Balcón* también está destinada a cualquier otro tipo de público, incluido el público general actual, dado que la cultura y el arte no son círculos cerrados y pueden y deben ser apreciados y disfrutados por la gran mayoría de individuos. La sencillez de la interfaz les puede incitar a participar e interaccionar en la página, así como a visitar las galerías virtuales como si de un museo físico se tratase.

También se propone como público de este proyecto a los y las artistas, que pueden ver en él un medio de difusión de su arte y una fuente de inspiración para sus creaciones y discursos. A través de la herramienta contacto que aparece en la web, de los hashtags y de las diversas redes sociales de *Desde el Balcón*, los artistas pueden enviar sus obras relacionadas con el temario predominante para así, posteriormente ser publicadas desde la página web, creándose una relación de simbiosis entre ambos proyectos.

## 1.8. Estado de la cuestión

La materia relacionada con el SARS Co-V es un asunto de gran actualidad, pues el primer caso manifestado en Europa occidental data de principios de año<sup>21</sup>, mientras que la crisis sanitaria y cuarentena comienza en España el día 15 de marzo de 2020.

Como he mencionado con anterioridad, se ha comentado mucho los posibles efectos del coronavirus en la sociedad, en el futuro y de cara a la llamada nueva normalidad, pero mayoritariamente ha sido en términos económicos y de producción, no tanto en culturales o artísticos.

En aspectos teóricos, varios pensadores y pensadoras han publicado ensayos sobre el virus, pero el aspecto cultural y artístico -más allá de la economía del sector- se encuentra en un vacío temporal.

Publicaciones que recogen los textos de diversos pensadores acerca del tema, como puede ser *Sopa de Wuhan*, mencionan temáticas culturales, como por ejemplo: *“Solo después de la muerte se podrá comenzar a vivir. Después de la muerte del sistema, los organismos extrasistémicos podrán comenzar a vivir. Siempre que sobrevivan, por supuesto, y no hay certeza al respecto. La recesión económica que se está preparando podrá matarnos, podrá provocar conflictos violentos, podrá desencadenar epidemias de racismo y de guerra. Es bueno saberlo. No estamos preparados culturalmente para pensar el estancamiento como condición de largo plazo, no estamos preparados para pensar la frugalidad, el compartir. No estamos preparados para disociar el placer del consumo.”* <sup>22</sup> O también: *“Durante mucho tiempo había rechazado yo la idea de “naturaleza” como algo exterior y separado de la cultura, la economía y la vida diaria. Adopto una visión más dialéctica y relacional de la relación metabólica con la naturaleza. El capital modifica las condiciones medioambientales de su propia reproducción, pero lo hace en un contexto de consecuencias involuntarias (como el*

---

<sup>21</sup> “¿Cuándo llegó el coronavirus a Europa? Una pregunta geopolítica para cambiar la historia”, *El Confidencial*, 15 de junio de 2020, [https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2020-05-05/coronavirus-europa-llegada-cronologia-china\\_2579515/](https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2020-05-05/coronavirus-europa-llegada-cronologia-china_2579515/)

<sup>22</sup> Giorgio Agamben et al., *Sopa de Wuhan. Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemias*, (Buenos Aires: ASPO, 2020)

*cambio climático) y con el trasfondo de fuerzas evolutivas autónomas e independientes que andan perpetuamente reconfigurando las condiciones ambientales. Desde este punto de vista, no hay nada que sea un desastre verdaderamente natural. Los virus van mutando todo el tiempo, a buen seguro. Pero las circunstancias en las que una mutación se convierte en una amenaza para la vida dependen de acciones humanas.”*<sup>23</sup>

Sin embargo, en la integridad del texto no se menciona ni se hace alusión el concepto arte. Tampoco se profundiza en la temática cultural, sino que se trata como un tema secundario o anexo a otras cuestiones.

Otros *papers* que han salido a la luz en relación al arte, la cultura y el coronavirus son “The cultural heritage in times of coronavirus” de Adriana Careaga y “Pensamiento, arte y cultura en tiempos de Covid-19” de Julienne López Hernández. El primer texto hace alusión mayoritariamente al patrimonio cultural: *“From a cultural dimension, we could investigate how monuments and sites are being cared for and preserved not only locally or nationally, but across the globe. How are all those who, in one way or another, work to conserve these assets? How many lives of cultural heritage workers and professionals had been lost in this pandemic? And if we think about intangible heritage, we could ask ourselves how cultural traditions and ways of life are being affected and changed by the new sanitary provisions. These days, moving photographs of empty heritage sites have circulated, silent witnesses of this pandemic, which seem to say: we are still here.”*<sup>24</sup>

El último de ellos, que guarda más semejanza con la línea de estudio de la iniciativa *Desde el Balcón*, menciona el componente virtual del arte y de la cultura durante el brote de coronavirus así como los cambios que están aconteciendo o que ocurrirán en un futuro próximo dentro del sector: *“De esta forma el filósofo pone sobre la mesa un hecho que nos afecta a todos, y que especialmente dentro del campo de la cultura se ve reflejado en una intensificación del consumo a través de las redes, lo virtual como espacio de comunicación que alcanza protagonismo. La propagación del virus y su*

---

<sup>23</sup> Giorgio Agamben et al., *Sopa de Wuhan...*

<sup>24</sup> Adriana Careaga, “The cultural heritage in times of coronavirus”, 2020.

*permanencia en el tiempo son factores que si continúan como una constante terminarán influyendo en todas la esferas de nuestra vida, donde la cual la cultura y el arte tiene un papel primordial. Muchas son las iniciativas que ya han surgido a propósito del confinamiento, donde los receptores han tenido que acudir a sus pantallas también para consumir arte: exposiciones virtuales, directos de instagrams de museos mundialmente conocidos, funciones de teatro online, conciertos en la red son algunos ejemplos que ilustran los cambios que acontecen dentro de la institución arte y del universo del receptor. Si bien es sabido que la circulación de la cultura ya fluía desde hace mucho tiempo por los canales digitales, su intensificación y masificación es algo que no tiene precedentes y que está alterando en consecuencia la manera en que accedemos a la cultura. Por otra parte, del lado del receptor también se están experimentando cambios. Este último ya no tiene que, -o no puede-, salir a la calle a encontrarse con el arte, a recorrer la galería, a penetrar los environments o bordear las instalaciones; sino que desde su propia casa navega por los interiores de museos y galerías que nunca antes había podido visitar. Hace zoom en las obras, escoge el propio recorrido que desea hacer, escucha guías virtuales, y de esa manera va navegando por salas de exposición que han sido captadas por una cámara que escanea los espacios en 3D. [...] El espacio de la cultura dentro de este entramado juega un papel fundamental, en la misma medida en que funciona como agente vinculante y disociatorio, retorna a su papel “educativo”, se hiperactiva su función paliativa, y sobre todo se enfrenta al reto de circular principalmente por esa realidad virtual altamente contaminada. Se trata en estos momentos de producir contenido cultural sobre la emergencia, elaborar materiales que nos permitan dialogar y pensar, pues del otro lado está la psicosis, el miedo, el no tener contacto con el otro, y se plantea el estado de aislamiento como un problema. Ante semejante panorama el arte y sus canales de circulación están teniendo que reiventarse. Quizá sea demasiado pronto para analizar a profundidad aquellos giros que están aconteciendo y seguirán teniendo lugar en el escenario de la cultura –la distancia facilita el ojo crítico y el argumento más sólido-; no obstante, el ser humano siempre ha querido entender su tiempo desde el presente en que habita, y eso es ineludible. El arte está dando señales de los cambios que están teniendo lugar, ya sea a nivel de la propia praxis artística por parte de los creadores, como por parte de las instituciones que los avalan. Hacia allí nos*

*dirigiremos más adelante en este texto, en aras de descubrir cuáles son esos cambios tempranos que los teóricos, críticos, galeristas, artistas, etc. ya están en proceso de experimentación en medio de este contexto de hiperproducción de contenidos.*<sup>25</sup>

La prensa por su parte ha publicado obras de arte producidas en cuarentena, proyectos artísticos culturales y noticias relacionadas con el sector. Gracias a ellas y a las redes sociales, he podido desarrollar este proyecto. Algunas de esas noticias están relacionadas con la ola de creación artística en torno al virus, ejemplificando con obras de arte creadas recientemente.

Trabajos de similar naturaleza que *Desde El Balcón* pueden ser, por un lado, CAM, mejor conocido por The Covid Art Museum, llevado a cabo por tres publicistas localizados en Barcelona. El proyecto consiste en un perfil de Instagram que recopila obras de arte nacidas durante esta crisis, convirtiéndose en el primer museo de arte nacido durante la cuarentena, tal y como refleja su perfil de Instagram.<sup>26</sup> Por otra parte, el proyecto REMED o Red de Museos y Estrategias digitales une también el aspecto digital y el cultural, aunque con diferentes objetivos y naturaleza: *“REMED es una Red de Museos y Estrategias Digitales creada a partir de la alerta sanitaria desencadenada por el COVID-19 con la intención de compartir, investigar y documentar los procesos que están experimentando los museos españoles.*

*El objetivo principal es crear un grupo de trabajo de museos, a nivel estatal, donde debatir estos temas con la intención de generar una futura investigación a la vez de servir de plataforma en la que todos los miembros puedan consultar estrategias digitales y otras cuestiones referentes a esta nueva situación.*<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> López, “Pensamiento, arte y cultura en tiempos de Covid-19”...

<sup>26</sup> Alicia Jasanda, “Nace en Instagram el primer museo virtual inspirado en el coronavirus”, *La Vanguardia*, 15 de junio de 2020, <https://www.lavanguardia.com/magazine/experiencias/20200402/48247199504/covid-19-coronavirus-instagram-arte-barcelona-museo-covid.html>

<sup>27</sup> “¿Qué es REMED?”, *REMED*, 15 de junio de 2020, <https://remed.webs.upv.es/>

## 2. DESARROLLO DEL TRABAJO

---

### 2.1. Planificación

La tarea de planificación es imprescindible a la hora de desarrollar con éxito un proyecto, dado que permite prever contratiempos, definir objetivos, construir un plan de elaboración y programar un orden lógico de acciones y actividades que garanticen una correcta ejecución del mismo: “*Los procesos de planificación son la base que sustenta cualquier idea o iniciativa; es decir, dotan de método y estructura a una serie de acciones conjuntas*”<sup>28</sup>

El inicio del proyecto *Desde el Balcón* se data del día 13 de abril del año 2020, coincidiendo con el inicio del segundo mes de la cuarentena en España provocada por el coronavirus. El plazo previsto de creación y elaboración de todos los elementos que conforman la página web fue de tres meses, es decir, del periodo temporal que comprende las mensualidades de abril hasta julio.

Aunque *Desde el Balcón* conste de una gran actualidad, se trata de un proyecto con claras miras hacia el futuro. Es por ello que el ciclo temporal hacia el que va dirigido es largo, pues las acciones que se han tomado hoy, en el presente, pretenden tener cabida y ser determinantes el día de mañana. Podríamos decir entonces que la iniciativa tiene una duración o va dirigida a un lapso temporal que comprende desde el año 2020 hasta la fecha donde la distancia temporal sea suficiente para estudiar y analizar objetivamente y con bases documentales las transformaciones que ha provocado el virus en el arte y la cultura.

---

28

“5 pasos clave en la etapa de planificación de un proyecto”, *OBS Business School*, 15 de junio de 2020, <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/etapas-de-un-proyecto/5-pasos-clave-en-la-etapa-de-planificacion>

Entre la planificación de este trabajo se encuentra la tarea de añadir a la web nueva información de manera periódica, para así lograr completar el catálogo y convertir *Desde el Balcón* en una base de datos y herramienta de documentación fidedigna.

Además, con el paso del tiempo, se llevará a cabo el mantenimiento de la página web de manera mensual o anual, dependiendo la trascendencia o popularidad que tome el proyecto, con el fin de que la web perdure en el tiempo y por tanto así lo hagan los contenidos que ella engloba.

También se prevé en esta planificación la futura colaboración con más profesionales del sector, voluntarios, organizaciones o instituciones que deseen sumarse al proyecto. Esta cuestión es deseable que ocurra, pues cuantos más colaboradores más contenido, más versatilidad y mayor concentración de opiniones y nuevas ideas.

La planificación de este proyecto también incluye la publicitación a través de redes sociales y otros medios una vez publicada la página web para así dar a conocer *Desde el Balcón* y favorecer colaboraciones y el tráfico de contenido.

Por otra parte, no se descarta la posibilidad de en un futuro, ya sea próximo o distante, la incorporación de una app de *Desde el Balcón*, con nuevas funcionalidades y objetivos.

Tampoco se prescinde de la eventualidad de creación y elaboración, una vez ampliada la información, de un catálogo que exhiba tanto las obras como los testimonios y proyectos recopilados en relación al arte y al virus.

Por último, es necesario añadir que la planificación de este proyecto podría variar y someterse a cambios en función de la evolución y desarrollo del mismo, pudiendo verse alteradas la temporalización programada, los periodos establecidos o su propio orden.

## 2.2. Cronograma

La elaboración de un cronograma es imprescindible en un proyecto de este calibre, pues ayuda a organizar y a tomar consciencia de su evolución, estableciendo fechas y plazos determinantes que ofrezcan una visión clara y concisa de su desarrollo y proceso.

*“Una posible definición de cronograma sería una lista de elementos o procesos de un proyecto en la cual se incluyen además sus fechas previstas de comienzo y final. El cronograma únicamente incluye información acerca del tiempo destinado al proyecto y a cada una de sus fases.”<sup>29</sup>*

El tipo de cronograma que he escogido es un diagrama tipo Gantt, que *“Consiste en la representación de las tareas en forma de barras sobre un eje temporal que se establece en el eje de las coordenadas (eje X). Su principal ventaja es la facilidad para ver las fechas de inicio y fin de cada proyecto, su duración y la superposición con otras tareas.”<sup>30</sup>*

---

<sup>29</sup> “¿Qué es un cronograma?”, *ITM Platform*, 15 de junio de 2020, <https://www.itmplatform.com/es/blog/que-es-cronograma/>

<sup>30</sup> “¿Qué es un cronograma?”...

TÍTULO DE LA TAREA	FECHA INICIO	FECHA FIN	DURACIÓN	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4*
<b>1. Documentación y planificación del proyecto</b>							
1.1 Elección de la temática del proyecto	13 de abril	18 de abril	6 días	x			
1.2 Investigación, documentación y lecturas del tema escogido	19 de abril	26 de abril	8 días	x			
1.3 Elaboración de listado de elementos esenciales en el proyecto	26 de abril	27 de abril	2 días	x			
1.4 Archivación de obras de arte relacionadas con el virus	27 de abril	-	-	x	x	x	x
1.5 Clasificación de obras según su ámbito	4 de mayo	5 de mayo	2 días	x	x	x	x
1.6 Registro de noticias para la hemeroteca	5 de mayo	-	-	x	x	x	x
1.7 Documentación de las iniciativas artísticas ciudadanas	10 de mayo	-	-	x	x	x	x
1.8 Archivación de las propuestas de instituciones artísticas	13 de mayo	-	-	x	x	x	x
<b>2. Creación del proyecto</b>							
2.1 Boceto de la página web	16 de	17 de	2 días		x		

	mayo	mayo					
2.2 Diseño del isotipo y logotipo	17 de mayo	19 de mayo	3 días		x		
2.3 Creación de la web <i>Desde el Balcón</i>	20 de mayo	3 de junio	15 días		x		
2.4 Incorporación de los elementos a la página	20 de mayo	-	-		x	x	
2.5 Diseño y elaboración de la versión móvil	1 de mayo	3 de junio	3 días		x	x	
<b>3. Postproducción</b>							
3.1 Publicación de la web	3 de junio	-	-			x	
3.2 Apertura y promoción en redes sociales	1 de julio	-	-				x

Cabe aclarar que cada fase tiene una temporalidad de un mes, correspondiendo la fase 1 a abril, la dos a mayo y la fase 3 al mes de junio. Por su parte, la fase 4 se inicia en julio de 2020 pero se le atribuye una temporalización mayor, suponiendo que su duración incluye un periodo desde el mes de julio hasta el futuro.

Los colores que protagonizan las casillas de duración hacen referencia a la longitud de ese periodo, perteneciendo el rojo más intenso a una etapa que se prolonga en el tiempo y el verde a las fases que menos temporalización ocuparon.

### 2.3. Actividades complementarias

Se plantea una serie de actividades complementarias al desarrollo de la web con el fin de promocionar la misma, fidelizar seguidores, ahondar conocimientos y ampliar el catálogo y el rango de la iniciativa. También estas labores pueden ser realizadas en función del éxito de *Desde el Balcón*.

- **Exposición.** La ejecución de una exposición física puede favorecer la posición del proyecto así como a los y las artistas que la conformen.
- **Podcast.** A través de diversos Podcast en Spotify se podrían realizar entrevistas, charlas TED, explicar el proyecto y profundizar en los temas tratados en la web y explorar temáticas relacionadas, como por ejemplo la obra de arte como documento histórico, el arte tras la crisis sanitaria, comentar las obras de arte relacionadas con el virus, etcétera.
- **Videos de Youtube.** Dado el target de la red Youtube, podrían crearse y publicarse videos de tipo divulgativo relacionados con el proyecto.
- **Talleres en redes sociales.** Durante la cuarentena, diversos museos e instituciones optaron por ofrecer talleres gratuitos a través de Instagram y tuvieron una gran acogida por los usuarios. Los talleres ofrecidos por *Desde el Balcón* estarían relacionados con, por ejemplo, la muestra y explicación de las diversas obras creadas durante la crisis del coronavirus.

## 2.4. Presupuesto

La iniciativa *Desde el Balcón* no cuenta con presupuesto inicial, pues no es intrínsecamente necesario para su lanzamiento ni desarrollo, pero no se descarta el ingreso futuro de capital con el fin de enriquecer y mejorar diversos aspectos del mismo. Al disfrutar la web de esta iniciativa un dominio gratuito, queda descartada la inyección de capital respecto a esa cuestión. De esta manera, y debido a que este proyecto no tiene naturaleza comercial sino colaborativa y altruista, *Desde el Balcón* tiene la capacidad de funcionar y perdurar en el tiempo sin necesidad de ningún tipo de ingreso, pues no hay cabida a pérdidas posibles.

Dicho esto, aunque no es imprescindible, ciertos aspectos de este programa pueden ser mejorables con la inyección de capital.

Las actividades que se contemplan son las siguientes:

Actividad	Capital aproximado
<b>Publicidad, promoción y márketing</b>	
<p>-Promoción en las principales redes sociales.</p>	<p>-Instagram: \$1.20 USD/click, según un estudio realizado por AdEspresso y dependiendo de la tipología de la publicidad (Anuncios en historias, en Instagram TV, en publicaciones, etcétera)</p> <p>-Twitter: 0.75 a 2.50 USD/click, pudiendo variar según la tipología de la publicidad (tuits promocionados, cuentas promocionadas, etcétera)</p> <p>-Facebook: De media \$0.09 de CPC, es decir, por coste por clicks, con grandes oscilaciones que varían según Facebook Ads.</p>
<p>-Publicidad en medios digitales.</p>	<p>-Google ads:</p> <p>-Posicionamiento SEO: \$250 y \$2500 por mes.</p> <p>-Publicidad en prensa digital (medios populares o relacionados con el sector, como la sección de cultura de los principales periódicos virtuales): Media página en prensa nacional (El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC, La Razón) oscila entre los 12.715 € y los 33.650 €.</p>

-Flyers, carteles y papelería.	-5.000 flyers tamaño A5: 51.95 €. -250 carteles tamaño A3 (a color): 29.09 €
-Publicidad a través de la contratación de perfiles de Instagram. Posts patrocinados en perfiles de <i>Influencers</i> del sector artístico.	-Perfil de entre 15.000 a 50.000 seguidores: De 300 € a 400 € por publicación.
-Merchandising	-25 bolígrafos: 14 centímetros de largo, 1 centímetro de diámetro y 9 gramos de peso por 21.75 € (0.870€ la unidad). -Camiseta de algodón: de 0.91 € a 2.16 € la unidad. -Bolsa de tela de algodón: de 0.39 € a 0.74 € por unidad.
<b>Recursos humanos</b>	
-Contratación de diseñadora/diseñador gráfico	30 horas por 550 €.
-Contratación de programador/programadora de páginas webs	Media de 45 € por hora.
-Contratación de profesional del sector cultural con experiencia en el mundo digital	-
-Contratación de Community Manager	Entre 150 € y 300 € por mes y red social.
-Colaboración con artistas	-

<b>Infraestructura</b>	
-Ordenador de mesa con tarjeta gráfica adecuada para el diseño gráfico y la edición de videos.	Modelo PC LENOVO IDEACENTRE AIO 520 271CB I5 8400T 8GB 1T: 903.60 €.
-Programas digitales para la programación HTML de páginas webs, diseño gráfico, maquetación, etcétera.	Paquete de Adobe Creative Cloud: 69.99 € al mes (para empresas).
-Trípode	Modelo adaptable a Canon, Nikon y Sony: 65.99 €.
-Cámara de vídeo	Videocámara Cámara de Video 4K ORDRO AC7 con Zoom óptico de 10x 3.1 'Pantalla Táctil IPS Ultra HD 1080P 60FPS: 299.00 €.
-Pantalla verde	Marca Savage: 76.50 €.
-Micrófono	Modelo Rode NT1-A Complete Vocal Bundle por 199 €.
<b>Otros</b>	
-Impresión de catálogo	1000 copias en tamaño A4 por 360 €.

En el hipotético caso en el que este proyecto ingresase solvencia, por ejemplo gracias a subvenciones, se invertiría esa cuota en alguna de las actividades o infraestructuras mencionadas en este supuesto y teórico presupuesto. Para esa inversión se seleccionarían las diversas ocupaciones o elementos en función de su repercusión. Es decir, se priorizarían y se destinaría con primacía el capital a aquellas competencias y componentes que beneficiasen directamente y de manera rápida al alcance y reconocimiento de *Desde el Balcón*. También se asignaría el ingreso al objeto en función de la cuantía de los propios fondos recaudados.

En esa lista prioritaria, las actividades de publicidad, promoción y márketing ocupan el primer puesto. Dar a conocer una iniciativa a través de la publicidad digital es sumamente importante, si no esencial, para el éxito y desarrollo de la misma. La promoción se destina en función de un target o público objetivo, por lo que el estudio del mismo es fundamental, para así conocer por qué vías es más efectiva orientar el ejercicio de márketing.

Las redes sociales son el gran *boom* de la publicitación virtual. Twitter suma 326 millones de usuarios activos mientras que Instagram, más de mil millones<sup>31</sup>, por lo que son dos grandes fuentes de mercado y sus diversos usuarios, potenciales consumidores del proyecto en cuestión. Tenemos el ejemplo de Mandarin Lips, marca que aumentó sus ventas en un 40% gracias a una estrategia efectiva en Instagram: *“La estrategia que planteó Sara fue seleccionar a instagramers de belleza y lifestyle con un número de seguidores comprendido entre 2.000 y 20.000. En el caso de Mandarin Lips, al tratarse de un producto novedoso y dirigido a una comunidad muy definida, parte del éxito estuvo también en la elección de las instagramers gracias a los filtros avanzados que tenemos en la plataforma.”*<sup>32</sup>

El posicionamiento SEO también es necesario tanto para la publicitación de la página como para la perdurabilidad de la misma. Si *Desde el Balcón* pretende convertirse en una herramienta de documentación y análisis a largo plazo es necesario que esté bien posicionada en los motores de búsqueda para que no extraviarse en los fondos de internet. Para ello, la web por un lado facilitará una serie de palabras clave relacionadas con la iniciativa y por otro, si el presupuesto lo permite, contratará posicionamiento SEO.

---

<sup>31</sup> Chus Naharro, “10 formas de promocionar tu página web y llegar a tu público objetivo”, *Publisuites*, 15 de junio de 2020, [https://www.publisuites.com/blog/como-promocionar-tu-pagina-web/#Publicidad\\_de\\_pago](https://www.publisuites.com/blog/como-promocionar-tu-pagina-web/#Publicidad_de_pago)

<sup>32</sup> Chus Naharro, “Mandarin Lips aumenta un 40% las ventas con los instagramers de Publisuites”, *Publisuites*, 15 de junio de 2020, <https://www.publisuites.com/blog/mandarina-lips/>

## 2.5. Producción

### 2.5.1. Nombre

El nombre de este proyecto, *Desde el Balcón*, nace provocado e inspirado por el protagonismo que han tomado estas prolongaciones del hogar durante la crisis sanitaria del coronavirus, convirtiéndose en el único punto de encuentro, socialización y conexión física entre individuos durante el periodo de confinamiento.

Los balcones y terrazas de casas y edificios se han convertido, en estos últimos meses, en un espacio único, testigo y escenario del hito nacido en torno a los aplausos diarios de las 20:00 horas, de conversaciones, de conciertos e incluso de protestas, transformándose de esta manera desde una simple habitación más a la única ventana al mundo exterior a la que poder asomarse.

En torno a ese elemento se ha creado tal atmósfera propia que incluso se habla ya de “*sociedad de los balcones*”<sup>33</sup> o “*la España de los balcones*”, tal y como sugirió Miguel Ángel Villarroya Vilalta en una de las ruedas de prensa de seguimiento del virus.<sup>34</sup>

Siguiendo el patrón que se ha creado en relación a los balcones y a la cuarentena, podemos suponer un cambio en el paradigma arquitectónico. Se define, o se definía anteriormente balcón como “*voladizo que sobresale del plano de la fachada, formado por una losa inferior que puede seguir — o no — la continuidad del forjado estructural. Generalmente es accesible a través de una abertura y debe disponer de una barandilla como sistema de protección contra la caída. Habitualmente la barandilla es ligera (metálica), aunque también puede ser de obra, o de una combinación entre diferentes materiales.*”<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Esther Miguel, “Los 27 mejores balcones que nos está dejando el coronavirus”, *Magnet*, 15 de junio de 2020, <https://magnet.xataka.com/why-so-serious/27-mejores-balcones-que-nos-esta-dejando-coronavirus>

<sup>34</sup> “Diario del coronavirus. La España de los balcones y de la imaginación al poder ante la falta de recursos”, *Isanidad*, 15 de junio de 2020, <http://isanidad.com/158334/diario-coronavirus-espana-balcones-imaginacion-poder-falta-recursos/>

<sup>35</sup> Albert García, “Balcones como medio para sobrevivir al confinamiento”, *Arquitectura y empresa*, 15 de junio de 2020,

La Real Academia de la Lengua Española define este elemento, en su primera voz, como *“ventana abierta hasta el suelo de la habitación, generalmente con prolongación voladiza, con barandilla.”*

Es posible que en el futuro logremos observar un cambio en el concepto formal y teórico de los balcones provocado por el virus: *“Hoy en día, salir al exterior a tomar el aire sin riesgo de contraer el COVID-19 se ha convertido en un privilegio. La mayoría de las personas viven en casa con un reducido espacio, que junto la escasez de luz y la carencia de balcones está convirtiendo el aislamiento en un drama, poniendo de manifiesto que no estamos preparados para situaciones como las que estamos viviendo. Dada esta situación, espacios como los balcones están tomando gran importancia, y poseer uno en nuestras viviendas está haciendo este confinamiento más llevadero. Tanto los balcones y terrazas están demostrando su gran potencial arquitectónico. Planteando una reflexión de porqué se discute su valor comercial, su superficie y estándares. En estos días se están convirtiendo en los espacios más flexibles de nuestras casas, donde podemos salir a tomar el sol, hacer deporte, convertirlos en espacios de trabajo o recreación e incluso encuentro con los vecinos. Un de las características de la arquitectura moderna es la importancia a la conexión interior-exterior que tanto se demanda hoy en día. Esta relación la solemos ver en tipologías de vivienda aislada, donde las casas se vuelcan a los jardines, pero rara vez la encontramos dentro de las grandes ciudades, muchas veces por temas urbanísticos o de rendimiento económico. Los balcones pueden convertirse en una prolongación del interior de nuestras viviendas al exterior dando una comunicación visual que cada vez encontramos en más edificios, siempre que se facilite la accesibilidad a los mismos. No es casualidad que los balcones lineales estén dando paso a unos con proporciones más cuadradas, permitiendo generar unos espacios más flexibles. [...] Esta crisis sanitaria está poniendo a la arquitectura y al urbanismo delante de una realidad, la mayoría de las viviendas actuales no están preparadas para estas situaciones. Los arquitectos somos conscientes del momento de reflexión que estamos atravesando, debemos plantear viviendas más flexibles capaces de soportar incertidumbres e imprevistos, adaptables a nuevas situaciones, hasta las más extremas. Para poder vivir, descansar y*

---

<https://www.arquitecturayempresa.es/noticia/balcones-como-medio-para-sobrevivir-al-confinamiento>

*trabajar desde casa se necesita una apertura de nuestras casas al exterior, dotando a las personas de la sensación de poder salir al exterior a tomar un respiro. Esta situación que atravesamos es algo temporal, que afectara a la concepción de nuevas ciudades y formas de habitar.”<sup>36</sup>*

---

<sup>36</sup> García, “Balcones como medio para sobrevivir al confinamiento”...

### 2.5.2. Logotipo e isotipo.

Según la definición del diccionario Oxford Languages, el logotipo es un “*símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.*”

La función del logotipo es convertirse en una imagen icónica que ofrezca representación a la marca a la que hace alusión. El logotipo se compone únicamente de la versión tipográfica aislada de la marca, es decir, la composición gráfica está basada solamente en palabras y símbolos textuales.

Es esencial que el logotipo sea perfectamente legible y se puedan identificar todas las partes en un solo golpe de vista.

En el caso de *Desde el Balcón*, el logotipo está creado con la fuente Lulo Clean, que gracias a su formato, grosor e interlineado amplio, dota de gran presencia y aporta vigor, potencia y personalidad a *Desde el Balcón*.

**DESDE  
EL  
BALCÓN**

Logotipo de *Desde el Balcón*.

Por su parte, el isotipo hace referencia a la parte simbólica de la marca, haciendo uso únicamente de la imagen sin implementar ningún tipo de texto.

El logotipo y el isotipo deben guardar algún tipo de relación, de tal manera que ambos ejerzan una clara alusión a la marca. El isotipo y por tanto el símbolo de *Desde el Balcón* es, como no podría ser de otra manera, un balcón.

Tanto el logo como el isotipo de este proyecto están vinculados por líneas de estilo y estéticas, por lo que es fácil relacionarlos e identificarlos entre sí y a la *marca* con ambos.



Isotipo de Desde El Balcón.

### 2.5.3. Colores corporativos

El color es un elemento sumamente importante en el diseño de una página web y de una identidad corporativa, pues cada color transmite al observador impresiones diferentes y hace alusión a sensaciones y elementos específicos.

Los colores transmiten y revelan más información de lo que a simple vista pueda parecer, pues cada uno de ellos provoca un efecto específico en el espectador. A esto se le denomina comúnmente “psicología del color”. Por ejemplo, según Johann Wolfgang von Goethe, el rojo simboliza vitalidad, pasión, fuerza, emoción, acción, peligro y erotismo.<sup>37</sup>

Los colores de un branding pueden escogerse en función a diversos factores, como puede ser el *target* o la naturaleza de la propia empresa o sector. En el caso de los colores de *Desde el Balcón* fueron seleccionados por este último motivo.

Los colores corporativos escogidos fueron el blanco y el negro, que además de utilizarse habitualmente en conjunto, transmiten, según la teoría de la psicología del color, sobriedad, seriedad y delicadeza.<sup>38</sup>

La paleta por la que se ha seleccionado los colores y tonos es el sistema Pantone:



---

<sup>37</sup> Sergio A. Ricupero, *Diseño gráfico en el aula. Guía de trabajos prácticos*, 1ª ed. (Buenos Aires: Nobuko, 2007)

<sup>38</sup> Melina Díaz, “Cómo usar estratégicamente el color en la identidad corporativa”, *Fuego Yamana*, 15 de junio de 2020, <https://www.fuegoyamana.com/blog/usar-el-color-en-la-identidad-corporativa/>

## 2.5.4. Modo de difusión

El proceso de difusión y publicitación del proyecto se llevará a cabo principalmente a través de las redes sociales, pues son herramientas populares con la capacidad de llegar a un público amplio y favorece la interacción entre los usuarios y contenidos.

Para este modelo de difusión se han abierto dos cuentas en las plataformas de Twitter e Instagram, donde se publicará de manera periódica información sobre el proyecto, obras que pertenezcan a la galería de la web, noticias relacionadas con el coronavirus y el arte, etcétera.



Perfil de Instagram de Desde el Balcón.



Perfil de Twitter de Desde el Balcón.

### 3. CONCLUSIONES

---

Parece que nos hemos olvidado del papel fundamental que ha jugado el arte durante todo el desarrollo de la historia, pues ha servido en numerosas ocasiones como propaganda para el poder dominante o incluso como reflejo de realidades ocultas por la historia escrita.

El arte nos ha mostrado otra cara oculta de la realidad y sin él, nuestros conocimientos sobre los acontecimientos y sucesos pasados estarían incompletos y sesgados. Como escribió una vez Rosenstone, “*la historia escrita es una representación del pasado, no el pasado mismo*”<sup>39</sup>. El autor recogía estas palabras haciendo referencia al séptimo arte, el cine. En concreto lo hacía respecto al de género histórico, un gran ejemplo de la función documental del arte, pues más allá de la objetividad del director o directora en el tratamiento del film histórico o del propio género cinematográfico al que se refiera, la lectura oculta de un simple guión, vestuario, escenarios e incluso los comportamientos de los actores y actrices puede aportarnos mucha información sobre la época, revelarnos datos sobre la sociedad e incluso desvelar la ideología predominante del periodo en el que fue creado.

Si el arte no tuviera un fuerte efecto en la sociedad y no fuese un testigo documental que consciente o inconscientemente refleja realidades históricas y sociales, los regímenes totalitarios nunca habrían tenido que censurarlo, como pudo propiciar Hitler con lo que denominó como *Arte Degenerado*.

---

<sup>39</sup> Robert A. Rosenstone, *La historia en imágenes/la historia en palabras: reflexiones sobre la posibilidad real de llevar la historia a la pantalla*, (Dossier).

Las obras de arte están dotadas de un gran trasfondo y significación que no siempre se puede apreciar a simple vista. Incluso la pintura abstracta, que no revela acontecimientos concretos de forma figurativa, contiene una lectura interna y secundaria que exhibe un contexto histórico y social y una realidad oculta. Un Malévich puede dotarnos de información histórica más allá de su formalismo y del aspecto de un cuadrado negro sobre un fondo blanco, evidencia el avance social, ideológico y político ruso respecto a Europa occidental, sumergida en movimientos retrógrados también reflejados en su arte. A su vez, un Pollock nos advierte de la delantera que tomaría EEUU frente a la antigua hegemonía únicamente europea y manifiesta el rápido crecimiento y posicionamiento de Norteamérica frente a las potencias tradicionales. Por otra parte, el constructivismo nos evidencia una ideología, una sociedad específica y una función del arte en concreto. *“En Rusia la revolución de 1917 trajo consigo una identificación entre la construcción de la sociedad socialista y de la vanguardia. Era el momento de poner a prueba la eficacia del arte como factor de transformación social y los vanguardistas acometieron la empresa asumiendo el protagonismo en la dirección de la política cultural y la docencia artística. Pero en el seno de la propia izquierda surgieron pronto dos concepciones enfrentadas respecto a la función que debía cumplir el arte. Si para Malévich la investigación artística debía ser ajena a toda contaminación externa, para Tatlin era ineludible su deber de servicio hacia la nueva sociedad. El arte debía integrarse en la producción convertido en arquitectura, diseño industrial, cartel, etc. Los productivistas, con Tatlin a la cabeza, negaron toda validez del arte como actividad estrictamente estética y exigieron su disolución en la vida cotidiana.*

*Negar la singularidad específica del arte entraña dictar su sentencia de muerte, al menos en su versión tradicional. Además, frente a la individualidad creadora -uno de los grandes mitos sobre los que se sustenta el desarrollo de la historia del arte-, el constructivismo soviético opone el sentido colectivo de la cultura revolucionaria. Frente a un arte entendido como pura investigación formal actividad necesariamente aislada y de una rentabilidad funcional a largo plazo, se requiere un arte centrado en la resolución de las demandas revolucionarias. Del juego gratuito y la especulación formal como fundamentos de la investigación plástica, se pasó a la búsqueda de la*

*fusión entre arte y tecnología, los dos medios a los que se consideraba los principales motores del cambio social.”<sup>40</sup>*

Cualquier manifestación artística en mayor o menor medida evidencia el trasfondo y las características de una época histórica y de su sociedad, de sus avances y de sus retrocesos, convirtiéndose de esta manera en una herramienta documental más, necesaria para comprender por completo el pasado y entender los cambios que se produjeron y sus porqués.

El arte a veces es ventana, otras veces es espejo. Por ello, es un reflejo de la realidad, de sus cambios y de la propia sociedad. Aquellas veces en las que el arte ejecutó un salto brusco, suponiendo grandes transformaciones de estilo, estética y discurso, fue acompañado de transmutaciones sociales y hechos históricos determinantes. Es la clara evidencia de que el arte y el curso de la historia van unidos de la mano.

Es por ello que surge la necesidad de documentar las obras de arte nacidas durante esta cuarentena y crisis sanitaria, pues en teoría suponen un cambio social, contextual e histórico que puede desembocar en una transformación de su propio paradigma, forma y discurso, pudiendo provocar incluso el nacimiento de nuevas tendencias.

Aunque aún no sepamos con certeza cómo podría afectar el virus al arte ni a la cultura, si supondrá grandes y profundas transmutaciones o simplemente éstos permanecerán inmutables tras la salida de esta crisis, conocemos que se han creado diversas obras en torno al mismo tema y se han tomado medidas culturales específicas para combatirlo. De ahí podemos deducir que se ha creado una especie de “*corriente de creatividad alrededor de la pandemia*”<sup>41</sup>. Y es que ésta no ha sido la primera vez que en la que el arte ha reflejado enfermedades y epidemias del pasado, instrumentalizándolas bien con el fin de reflejar una realidad o bien con el objetivo crear consciencia sobre ellas.

---

<sup>40</sup> Amalia Martínez, *Arte y arquitectura del siglo XX. Vanguardia y utopía social*, (España: S.L. Literatura y ciencia, 2001).

<sup>41</sup> Mikel González, “¿Qué nos enseña el arte de pandemias pasadas?”, *El Ágora*, 16 de junio de 2020, <https://www.elagoradiario.com/a-style/que-nos-ensena-el-arte-de-pandemias-pasadas/>

Fue el caso del SIDA, cuando artistas como Félix González-Torres llevaron a la calle grandes paneles y vallas publicitarias con fotografías de camas vacías que simbolizaba el vacío que había dejado la muerte de su pareja a causa del SIDA. El artista compartió las siguientes palabras en el año 1994: *“Quiero ser un virus en la institución. “Todos los aparatos ideológicos se están replicando porque es así como funciona la cultura. Si funciono como un virus, un impostor, un elemento infiltrado, podré replicarme con estas instituciones<sup>42</sup>”*, haciendo referencia al aspecto político del arte. También Keith Haring y sus murales evidenciaron y testimoniaron la dura pandemia que causó el virus VIH.

Otros artistas reflejaron en sus obras lo que sentían y sus sensaciones internas durante anteriores brotes de enfermedades contagiosas. Fue el caso de Edvard Munch, que se autorretrató cuando contrajo la falsamente denominada “Gripe Española”, dejando como testimonio físico de esta vivencia y de este trágico acontecimiento de la historia, sus obras.

Otro gran ejemplo es el de Domenico Gargiulo, autor del siglo XVII que pintaba los modos de vida de la época e hizo lo propio cuando la Plaga de Nápoles, también conocida como la peste de 1656, azotó la ciudad italiana.<sup>43</sup> Salvator Rosa reflejó esa misma plaga pero desde un punto de vista más íntimo, pues varios de sus hermanos y sobrinos murieron a causa de la enfermedad. El mismo Caravaggio retrata en su pintura “Las siete obras de misericordia” la angustia colectiva provocada por, en una europa profundamente unida a la religión católica, la imposibilidad de dar sepultura a los muertos de la peste.<sup>44</sup> A pesar de que esos lazos con la religión cristiana se han ido desvaneciendo a medida que ha avanzado la ciencia, la tecnología y la sociedad, es innegable que su eco retumba hasta nuestros días.

---

<sup>42</sup> Álex Vicente, “¿Un virus en la institución: por qué el arte vuelve al sida?”, *El País*, 16 de junio de 2020, [https://elpais.com/cultura/2020/02/24/babelia/1582564844\\_427444.html](https://elpais.com/cultura/2020/02/24/babelia/1582564844_427444.html)

<sup>43</sup> Judith Vives, “El arte en tiempos de epidemia”, *La Vanguardia*, 16 de junio de 2020, <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200331/48219519679/arte-tiempos-epidemia.html>

<sup>44</sup> Estefanía Grijota, “Siete obras de arte que muestran cómo fueron las cuarentenas en siglos pasados”, *El País*, 16 de junio de 2020, [https://elpais.com/elpais/2020/04/10/icon\\_design/1586511381\\_083412.html](https://elpais.com/elpais/2020/04/10/icon_design/1586511381_083412.html)

Esa misma angustia que pudo sentir la sociedad italiana en 1607<sup>45</sup> por no poder enterrar a sus muertos se puede extrapolar hasta nuestros días, pues el coronavirus ha imposibilitado, durante un cierto periodo de tiempo, la celebración de actos fúnebres. Los familiares de los fallecidos por esta enfermedad no han podido despedirse de ellos dado los altos riesgos de contracción del virus. Esta obra de Caravaggio muestra y evidencia el dolor que provoca enterrar a seres queridos en fosas comunes con motivo de una pandemia. Igualmente, se puede ver reflejado en el arte del presente y del futuro ese mismo dolor al tener familiares en morges colectivas como la que se habilitó en el Palacio del Hielo en Madrid, con 1.146 fallecidos, también por una epidemia, en este caso la del COVID-19.

Estas obras, analizadas con perspectiva temporal y extrapoladas a la actualidad nos evidencian que por mucho que avance la ciencia, la tecnología y la propia sociedad, el dolor que provoca y la fragilidad humana que demuestra el azote de una pandemia es el mismo pasen los siglos que pasen.

Otros artistas de renombre que reflejaron la vida y la muerte en los acontecimientos relacionados con epidemias fueron Francisco de Goya, Alexandre Jean-Baptiste Hesse, Juan Manuel Blanes con la epidemia de la fiebre amarilla, Tiziano con la peste de Venecia que además acabó con su propia vida, Durero y Caterina de Julianis con la bubónica, Michiel Sweerts con la peste de Atenas, Michel Apriete con la de Marsella y un largo, casi eterno, etcétera.

Es por ello que este Trabajo de Fin de Máster pretende ser testigo de esas posibles transformaciones artísticas -como puede ser el nacimiento de nuevas tendencias- que una situación de este calibre, similar a los casos que he mencionado anteriormente, puede provocar.

---

<sup>45</sup> Año en el que Caravaggio finalizó “Las siete obras de misericordia”

Gracias a estas obras, a estos artistas y a las instituciones que las han conservado y dado a conocer, podemos comprender cómo vivieron otras sociedades las diferentes enfermedades y los periodos de cuarentena, entendiendo así también los procesos de cambios sociales e históricos que experimentaron. Uno de ellos puede ser la concienciación que se tomó en torno a la salud pública durante el proceso de la Ilustración: *“Es por eso por lo que, a pesar de las enormes limitaciones de racionalidad administrativa, logística y burocrática del antiguo régimen, consideramos el "despotismo ilustrado" como un incipiente estadio de desarrollo de la "biopolítica" ejercida por los estados modernos. No en vano es en este momento y contexto que la política comienza a ocuparse como tarea primordial de la salud y la higiene públicas (fomentando el alcantarillado, la salubridad y el primer alumbrado de las grandes ciudades, desecando pantanos y zonas insalubres)”*<sup>46</sup>

Durante estos meses, en la televisión, en la prensa, en la calle y en los balcones no se ha hablado de otro tema que no fuera el virus o que no estuviera relacionado con él. Y no es de extrañar, pues los cambios que ha producido en un periodo corto de tiempo ha producido que el tópico del virus, se *viralice*. El arte y la cultura en relación al mismo también ha sido un asunto igualmente mencionado, aunque como he subrayado anteriormente no se ha mencionado por su propio valor como documento histórico o como propia obra de arte. Por este motivo, con este trabajo pretendo evidenciar tanto el nacimiento de una posible vía de estudio y debate en relación a las artes plásticas y a la cultura como la importancia y necesidad de plantear la obra artística como documento histórico para el estudio y análisis futuro del mismo. De esta manera y como he pretendido demostrar a lo largo de este proyecto, las artes plásticas son una herramienta documental sumamente importante y necesaria para la comprensión histórica. Además, su propio valor como elemento cultural y como patrimonio humano ha de ser preservado y conservado, pues la situación desencadenada por el coronavirus ha dejado entrever que la cuestión económica del arte y la cultura es el valor socialmente predominante, cuando tampoco debería obviarse el componente cultural que entraña esta crisis.

---

<sup>46</sup> Gonçal Mayos, *La Ilustración*, 1ª ed. (Barcelona: UOC, 2007).

En conclusión, *Desde el Balcón* es un proyecto llevado a cabo con la intención de crear una puesta en valor del arte como documento histórico con el que poder analizar en un futuro las vivencias sociales, los cambios provocados en el curso de la historia y en el propio arte y además, evidenciar las tendencias y manifestaciones venideras. Esta iniciativa también ha pretendido demostrar la necesidad de modernización del sector cultural, pues las nuevas tecnologías, las herramientas TIC y la implementación de estrategias digitales podrían favorecer el desarrollo del mismo sobretodo en situaciones como las vividas recientemente.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

---

Agamben, Giorgio, Slavoj Zizek, Jean Luc Nancy, Franco “Bifo” Berardi, Santiago Lopez Petit, Judith Butler, Alain Badiou, David Harvey, Byung- Chul Han, Raul Zibechi, Maria Galindo, Markus Gabriel, Gustavo Yanez Gonzalez, Patricia Manrique y Paul B. Preciado. *Sopa de Wuhan. Pensamiento contemporáneo en tiempos de pandemias*. Buenos Aires: ASPO, 2020.

Careaga, Adriana. *The cultural heritage in times of coronavirus*. 2020.

Díaz, Esther. *Posmodernidad*. 3.<sup>a</sup> ed. Buenos Aires: Biblos, 2009.

Martínez, Amalia. *Arte y arquitectura del siglo XX. Vanguardia y utopía social*. España: S.L. Literatura y ciencia, 2001.

Martínez, Daniel y Milla, Artemio. *La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*. España: Ediciones Díaz de Santos, 2005.

Mayos, Gonçal. *La Ilustración*. 1<sup>a</sup> ed. Barcelona: UOC, 2007.

Ricupero, Sergio A. *Diseño gráfico en el aula. Guía de trabajos prácticos*. 1<sup>a</sup> ed. Buenos Aires: Nobuko, 2007.

Rosenstone, Robert A. *La historia en imágenes/la historia en palabras: reflexiones sobre la posibilidad real de llevar la historia a la pantalla*. Dossier.

## 5. WEBGRAFÍA

---

### **Prensa Digital.**

*Cultura Inquieta,*

<https://culturainquieta.com/es/inspiring/item/16291-la-oms-recomienda-incluir-el-arte-y-la-cultura-en-la-atencion-sanitaria.html>

*El Ágora,*

<https://www.elagoradiario.com/a-style/que-nos-ensena-el-arte-de-pandemias-pasadas/>

*El Confidencial,*

[https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2020-05-05/coronavirus-europa-llegada-cronologia-china\\_2579515/](https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2020-05-05/coronavirus-europa-llegada-cronologia-china_2579515/)

*El País,* [https://elpais.com/elpais/2020/04/10/icon\\_design/1586511381\\_083412.html](https://elpais.com/elpais/2020/04/10/icon_design/1586511381_083412.html)

*El País,* [https://verne.elpais.com/verne/2020/03/31/articulo/1585664710\\_850270.html](https://verne.elpais.com/verne/2020/03/31/articulo/1585664710_850270.html)

*El País,* [https://elpais.com/cultura/2020/02/24/babelia/1582564844\\_427444.html](https://elpais.com/cultura/2020/02/24/babelia/1582564844_427444.html)

*La Vanguardia,*

<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200331/48219519679/arte-tiempos-epidemia.html>

*La Vanguardia,*

<https://www.lavanguardia.com/magazine/experiencias/20200402/48247199504/covid-19-coronavirus-instagram-arte-barcelona-museo-covid.html>

*My Modern Met,* <https://mymodernmet.com/es/reto-recrear-historia-arte/>



*Google Art Project Street Art*, <https://streetart.withgoogle.com/es/>

*IFLA*

<https://www.ifla.org/ES/publications/manifiesto-de-la-ifla-unesco-sobre-la-biblioteca-publica-1994>

*Isanidad*,

<http://isanidad.com/158334/diario-coronavirus-espana-balcones-imaginacion-poder-falta-recursos/>

*ITM Platform*, <https://www.itmplatform.com/es/blog/que-es-cronograma/>

*Magnet*,

<https://magnet.xataka.com/why-so-serious/27-mejores-balcones-que-nos-esta-dejando-coronavirus>

*NIUS*,

[https://www.niusdiario.es/sociedad/sanidad/coronavirus-misterio-agota-papel-higienico-covid-19\\_18\\_2912970211.html](https://www.niusdiario.es/sociedad/sanidad/coronavirus-misterio-agota-papel-higienico-covid-19_18_2912970211.html)

*OBS Business School*,

<https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/etapas-de-un-proyecto/5-pasos-clave-en-la-etapa-de-planificacion>

*Publisuites*,

[https://www.publisuites.com/blog/como-promocionar-tu-pagina-web/#Publicidad\\_de\\_pago](https://www.publisuites.com/blog/como-promocionar-tu-pagina-web/#Publicidad_de_pago)

*Publisuites*, <https://www.publisuites.com/blog/mandarina-lips/>

*REMEDI*, <https://remed.webs.upv.es/>

*REMEDI,*

[https://remed.webs.upv.es/?fbclid=IwAR36uW48dHAaN7\\_lhzoPJASx6BAfg\\_KacXK6QI7r9otUSJ1AXVJ4WsbmIKQ](https://remed.webs.upv.es/?fbclid=IwAR36uW48dHAaN7_lhzoPJASx6BAfg_KacXK6QI7r9otUSJ1AXVJ4WsbmIKQ)

*Koyac,*

<https://koyac.net/es/post/el-coleccionista-de-arte-como-generador-de-ideas-y-propulsor-de-artistas/1>

