



Universidad de Chile
Facultad de Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

CULTUMANÍA

UNA COMUNIDAD QUE VISIBILIZA LAS ARTES MUSICALES Y VISUALES EN CHILE

MEMORIA MULTIMEDIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA
Categoría: Medio Digital

TIARE NAOMI ANABALÓN ARENAS

VALENTINA VALESKA CUELLO TRIGO

Profesor Guía

Lionel Ricardo Brossi Garavaglia

Santiago de Chile
2023

A todas aquellas artistas que en un mundo lleno de desigualdades, luchan por hacer sus sueños realidad, levantan sus voces, muestran su arte y se transforman en las heroínas de las nuevas generaciones.

AGRADECIMIENTOS

Iniciar un proyecto desde cero siempre es una dificultad, y por lo mismo la ayuda que cada persona da equivale a estar un paso más cerca de cumplir con las metas y los objetivos planteados. Cultumanía es un proyecto entre muchos otros en el área del género, pero las desigualdades que tanto se buscan eliminar se extienden a distintos campos, y sigue siendo necesario levantar instancias que nos lleven a la reflexión, y sobre todo a la acción.

Cultumanía no podría ser lo que es hoy sin el apoyo y la confianza de las artistas que compartieron su trabajo con nosotras, que nos abrieron las puertas y encendieron sus cámaras para hablar de sus experiencias, de mostrar lo capaces que son y lo lejos que han llegado para cumplir sus sueños.

A los académicos y académicas que tuvieron la disposición de sentarse a conversar con nosotras en torno al secreto a voces que es la brecha de género en la cultura -esta realidad conocida por todos, pero cuyas cifras son escasas- fueron un aporte fundamental que no podemos dejar de agradecer.

A Julio Abarca, nuestro *Julito*, por estar siempre dispuesto a ayudarnos y a enseñarnos -incluso cuando eran temas que ya habíamos visto en ramos anteriores- para contar con los mejores contenidos para nuestra web y abrirnos las salas de la radio.

Y, por supuesto, a nuestro profesor guía: Lionel Brossi. Gracias por siempre escuchar lo que teníamos para decir y responder los largos correos que escribíamos. Por creer en este proyecto, por siempre ver lo bueno y ayudarnos a levantar una plataforma que hoy nos enorgullece y que esperamos sea un aporte para todas aquellas artistas que desean mostrar lo tremendas que son.

Nunca duden que podrán conquistarlo todo.

–Cultumanía

Agradezco a mis padres por apoyarme durante todos estos años, darme el ánimo que necesitaba en los momentos precisos y hacerme creer en mí misma. A mis hermanos Germaine y Misael por siempre estar dispuestos a ayudarme cuando lo necesitaba, y a todos mis amigos que me acompañaron durante este proceso.

A mi compañera de tesis, Valentina Cuello, por siempre estar apañando en las entrevistas, salidas a terreno y las largas jornadas de escritura, en las que siempre me incentivó a rendir hasta el último esfuerzo.

También agradezco a todas aquellas personas que de alguna manera se preocuparon por el proyecto y fueron un aporte para él.

Pero de manera especial quisiera agradecer a Dios por haberme acompañado hasta aquí, a mi Mami Tere por siempre estar atenta a mi proceso formativo, y mi tata Enrique, que si bien ya no está, sé que siempre estuvo orgulloso de mí y de la persona en la que me convertiré. Los amo infinitamente.

–Tiare Anabalón

Lo primero que aprendí mientras crecía es que la vida no es fácil. Las circunstancias que me rodean me han enseñado que lo único que tenemos es el *ahora*, lo que dejamos en el camino que recorreremos hasta él y las personas que nos acompañan.

Mamá, a ti te agradezco por llegar a este momento. Nos costó, nos dolió, pero salimos adelante. Gracias por resistir y luchar. Soy lo que soy gracias a ti, y no puedo estar más orgullosa de ser tu hija.

Pate, mi hermana mayor aunque no lo parezca, gracias por darme ánimos cuando ni siquiera los quería, pero los necesitaba. A ti, Martina, por darme los abrazos que yo sé que te costaban. Siempre estaré de tu lado, como tú has estado en el mío.

A mi compañera, Tiare Anabalón, por siempre apañar y quedarse hasta el final, incluso cuando ya no había más, pero confiaba en lo que yo creía. Y a las mujeres que siguen luchando.

Marti, tú serás una artista algún día y su pelea será la tuya. Este es mi granito de arena.

–Valentina Cuello

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
2. ANTECEDENTES	9
3. OBJETIVOS	17
3.1. Objetivos Generales	17
3.2. Objetivos Específicos	17
4. MARCO TEÓRICO	18
5. METODOLOGÍA DEL PROYECTO	26
5.1. Antecedentes del proyecto	26
5.2. Definición y análisis de medios en el ámbito de Cultumanía	27
5.2.1. Benchmarking	27
a) Medios de comunicación	28
b) Plataformas de visibilización	37
5.3. Público objetivo	46
5.4. Identidad visual del proyecto	52
5.5. Construcción del sitio web www.cultumania.cl	54
5.5.1. Wireframes	57
5.5.2. Accesibilidad universal	64
5.5.3. Test de usabilidad	65
5.5.4. Plugins	72
5.6. Estrategia de redes sociales	75
5.7. Desarrollo del contenido	77
5.7.1. Contenido web	77
5.7.2. Contenido redes sociales	79
6. EJECUCIÓN GLOBAL DEL PROYECTO	81
6.1. Planificación de publicaciones web	81
6.2. Línea editorial	83
6.2.1. Licenciamiento y especificidades técnicas de recursos gráficos, audiovisuales y música	84
6.3. Publicación de contenido en la web y uso de categorías	85
6.4. Lógica SEO	87
6.5. Campaña de difusión	90

6.7. Consideraciones éticas	93
7. MÉTRICAS	97
7.1. Métricas del sitio web	97
7.2. Instagram	102
8. PROYECTO TRANSMEDIA	106
9. SUSTENTABILIDAD	108
10. CONCLUSIONES	110
11. ANEXOS	112
11.1. Pauta de publicaciones	112
11.2. Consentimiento informado de artistas colaboradores	118
11.3. Consentimiento informado para tutores	119
11.4. Gastos	120
11.5. Lista de artistas colaboradores y consentimientos	121
11.6. Lista de entrevistados: consentimientos y autorizaciones	122
11.7. Pauta de preguntas para artistas colaboradores	123
11.8. Preguntas Test de usabilidad	124
11.9. Transcripción entrevista a Felipe Reyes y María José Cifuentes del equipo de programación del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM)	125
12. BIBLIOGRAFÍA	134

1. INTRODUCCIÓN

Chile es un país desigual. Si bien éste lidera la región en el Índice de Desarrollo Humano según el último informe publicado por la Oficina del Informe de Desarrollo Humano (HDRO) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en septiembre de 2022¹, los indicadores bajan significativamente cuando se aborda la desigualdad y se mantiene como uno de los grandes desafíos nacionales.

La pandemia y el confinamiento acrecentó estas desigualdades, y los problemas económicos, aunque transversales, afectaron aún más al mundo de las artes y la cultura. Sin embargo, los efectos no pudieron haber sido los mismos en todos y todas las trabajadoras, cuando históricamente ha existido una invisibilización a la mujer con menos espacios para ella, menos validación por parte de pares², entre otras situaciones que evidencian una clara brecha de género existente en la cultura.

Con el pasar de los años y frente a una programación donde predominaban los contenidos realizados y/o creados por hombres, diversas organizaciones feministas tuvieron que levantar *espacios de mujeres para mujeres* como mecanismo de visibilización. La evidencia y estadísticas del Observatorio de Políticas Culturales en torno al tema reconocen desde el Estado la existencia de brechas de género en las áreas de audiovisual, música y artes de la visualidad. Ser mujer se vuelve un factor de complejidad en el desarrollo de una carrera cultural, pero también lo es ser emergente cuando no se tienen los contactos y se pertenece a otra clase³. Las oportunidades son escasas y aunque los fondos concursables permiten el acceso a un financiamiento, éste no es suficiente.

¹ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2022). *Índice de Desarrollo Humano 2022: Chile mantiene primer lugar en la región, con desafíos persistentes en reducción de desigualdades*. Disponible en <https://www.undp.org/es/chile/noticias/indice-de-desarrollo-humano-2022-chile-mantiene-primer-lugar-en-la-region-con-desafios-persistentes-en-reduccion-de-desigualdades>.

² Testimonio de artistas emergentes entregados en diversas conversaciones con el equipo de Cultumanía.

³ Entrevista a Mariairis Flores Leiva realizada el lunes 28 de noviembre de 2022.

A su vez, la pandemia cambió los patrones de consumo cultural, volcando al público hacia las plataformas digitales, pero las estadísticas levantadas por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio evidenciaron que no todas las instituciones ni los artistas pudieron lograrlo, lo que se constató como un retroceso y una situación de preocupación en organismos internacionales.

Ante este escenario, levantar un espacio donde las artistas emergentes, pudieran tener un lugar donde su trabajo pudiera alojarse, con una oportunidad de visibilización frente a todos los cambios y situaciones descritas, se transformó en un aporte mínimo que realizar desde el ámbito de las comunicaciones para enfrentar la brecha existente, adaptándose a la “nueva normalidad” que trajo consigo la pandemia.

Así entonces, ofrecer una plataforma de visibilización del trabajo de las artistas, mientras se educa en torno a esta problemática se constituye como el principal objetivo de Cultumanía, en tanto continúa la discusión para obtener una respuesta efectiva contra la brecha de género, considerando las distintas esferas que abarca desde quienes consumen los contenidos culturales hasta el Estado con la elaboración de políticas públicas que permitan incentivar la participación femenina en el sector cultural, traduciéndose esto en aportes fundamentales para el desarrollo identitario y social del país.

2. ANTECEDENTES

La pandemia de COVID-19 ha sido una de las peores crisis de los últimos 100 años, afectando diversos ámbitos de la sociedad, tanto en el plano sanitario como económico, pero especialmente al mundo de la cultura: un centenar de países se vieron obligados a cerrar sus instituciones culturales, y sólo en América Latina y el Caribe se perdieron al menos 2.6 millones de puestos de trabajo en este sector⁴.

Además, la pandemia ocasionó una mayor inestabilidad laboral para quienes se desempeñan de forma independiente, considerando que en la región 2 de cada 3 profesionales trabajan de esta manera⁵ y dependen de la autogestión para generar lazos y asociaciones que permitan su participación en espacios donde exhibir sus obras, a diferencia de aquellos que pertenecen a instituciones u organizaciones.

En Chile, las tasas de desocupación en las actividades artísticas y de entretenimiento superaron el 50% de acuerdo a los registros de las Estadísticas del Mercado del Trabajo en Chile.

Asimismo, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio hizo su propio análisis, el cual indicaba que más del 80% de los trabajadores culturales eran independientes⁶, una condición que va intrínsecamente ligada a la inseguridad laboral, ante la falta de garantías de seguridad social que suscita un contrato. Esto agudizó la situación de fragilidad que ha caracterizado el sector de la cultura, y que según Robert Castel (2004), responde a una lógica desestandarizada, flexible y desprovista de garantías.

Así, la crisis sanitaria significó “la interrupción de la vida pública [que] desnudó la fragilidad de la industria local y puso en entredicho su propia condición de industria: sin eventos

⁴ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [Unesco] et al. (2021). *Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas*.

⁵ Unesco (2022). *Introducción: plantear la cultura como un bien público global*.

⁶ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2022). *Agentes Culturales, Artísticos y Patrimoniales: Un acercamiento a su caracterización y medición*.

en vivo que apuntalaran a las economías de los músicos o sin posibilidades de continuar estirando los presupuestos de los proyectos audiovisuales detenidos” (Pinochet, Peters y Guzmán; 2021: 24).

Asimismo, es importante considerar que la pandemia gatilló una de las principales transformaciones en el consumo y espacios culturales. Ante las medidas de confinamiento y otras medidas sanitarias, los centros y/o espacios culturales se vieron obligados a optar por nuevos mecanismos que permitieran la exposición o la ejecución de obras. Esto se materializó con el paso al plano digital, donde primó el formato telemático y el aumento de la demanda de productos en plataformas digitales, especialmente de aquellos de tipo audiovisual.

Pese a las ventajas que representó este cambio de paradigma en cuanto al acceso en términos de ubicación geográfica, no todas las instituciones y/o artistas pudieron adecuarse a este nuevo modelo: cerca de 700 recintos culturales no pudieron presentar espectáculos públicos de forma telemática, ante la falta de recursos⁷ y competencias técnicas para pasar al formato digital⁸, implicando una caída del 86.8% de los espectáculos públicos.

Establecido este marco, los efectos de la pandemia son innegables, tanto en el sustento económico de quienes se dedican a este sector como para el desarrollo identitario, creativo y social de Chile. Hoy, si bien la pandemia continúa vigente, las condiciones sanitarias han mejorado, permitiendo la apertura de los establecimientos culturales, la eliminación de aforos y del pase de movilidad, además de la entrega de bonos que ayuden a la reactivación del sector que poco a poco busca situarse en los momentos previo a la pandemia.

Sin embargo, los cambios e impacto de la crisis sanitaria todavía siguen latentes, y ellos se hicieron sentir con mayor fuerza entre las trabajadoras culturales; aun cuando la cantidad de desempleo en varones fue mayor en número, las mujeres tienen una menor presencia laboral histórica⁹, lo que se ha constituido como uno de los principales desafíos y necesidades que la cultura debe cubrir.

⁷ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2022). *Estadísticas Culturales. Informe Anual 2020*.

⁸ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2022). *Estadísticas Culturales. Informe Anual 2020*.

⁹ Pinochet, Carla; Peters, Tomás; Guzmán, Victoria (2021). *La crisis COVID en el sector cultural chileno: estrategias de acción colectiva y políticas culturales desde abajo*.

Históricamente, el registro de las mujeres creadoras de obras artísticas y/o culturales ha sido mínimo¹⁰. Con el pasar de los años y a raíz de las investigaciones en el plano de la cultura, se ha revelado que las mujeres trabajaron en cortes, cambiaban sus nombres para publicar obras o lo hacían en el anonimato. Una de las concepciones más tradicionales respecto a la vinculación de la mujer en el arte, por ejemplo, ha sido desde la perspectiva de ésta como objeto de retrato.

Según cifras consignadas por el Centro de Documentación María Zambrano del Instituto Andaluz de la Mujer, y que fueron abordadas en la exposición “Mujeres y cambio” del Museo de Arte Moderno ARKEN de Dinamarca que repasaba 150 años de la historia del arte, un 76% de los desnudos son femeninos, en tanto el 4% de las obras de arte moderno en museos son obras de mujeres.

Fue en el año 2007 que la Unesco contempló entre sus programas a largo plazo la igualdad de género como un compromiso de prioridad global, entre ellos, en el plano de la cultura. Sin embargo, a más de diez años de dicha declaración, el último informe de la entidad da cuenta de que las mujeres poseen una menor representación y visibilidad en la cultura, además de contar con menos acceso a la financiación pública e infrarrepresentación en puestos directivos.

Haciendo eco de estos resultados, Carolina Pereira, exsecretaria ejecutiva de Economía Creativa del Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio, declaró en el medio LA Network la importancia de mejorar las condiciones de las trabajadoras culturales con medidas de reconocimiento a la creación, producción y gestión, además de la promoción en la participación de mujeres en la oferta cultural y agenda social.

En Chile, no existe una ley que consigne estas acciones como mínimos para el desarrollo del sector artístico cultural, y en el caso de la Política Pública Cultural 2017-2022 que rige actualmente, la paridad no es contemplada como un criterio obligatorio para la programación en espacios culturales que cuenten con el apoyo del Estado, como es el caso del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM) o Matucana 100.

Sin ir más lejos, en el Palacio de la Moneda -uno de los recintos de mayor valor patrimonial del país- se exhiben diversas obras que dan cuenta, tanto del talento nacional como extranjero, con

¹⁰ Quijano, Patricia (2003). *La mujer en el muralismo mexicano*.

un registro de 97 obras pertenecientes al área de las artes visuales, de acuerdo al Sistema Unificado de Registros (Surdoc), herramienta que realiza un inventario sobre la administración y manejo de las colecciones en museos públicos o privados del país. Y de ellas, sólo 11 fueron realizadas por artistas femeninas, es decir, cerca del 10% de esta colección pertenece a mujeres.

Por ello, en los últimos años han surgido diversas iniciativas motivadas por grupos feministas que buscan levantar espacios exclusivos para la difusión del trabajo creado por las trabajadoras culturales, como ha sido los casos de Femcine o Matrifest, esta última una instancia dedicada exclusivamente a la música.

Esta acción colectiva constituye la respuesta más inmediata a la inequidad de género y la falta de visibilización del trabajo femenino¹¹, y que se encuadra en lo que se ha denominado como discriminación positiva, esto es, un instrumento que busca la reducción de las desigualdades de distintos grupos sociales, compensando éstas mediante un tratamiento diferenciado o trato preferente, la cual debiera desaparecer cuando el grupo en cuestión logra su total integración y/o equidad.

No obstante, y siguiendo el planteamiento de la académica Maricel Gómez de la Errechea, si bien estos espacios permiten la difusión de grupos que han sido históricamente segregados o discriminados, como ocurre en el caso de la mujer, estos continúan una lógica de segregación¹², aunque no intencionada, puesto que debe salir del espacio tradicional y no convive con el trabajo realizado por quienes forman parte de grupos privilegiados, como es el caso de los hombres en las artes.

Así, la problemática de investigación se centra en levantar espacios frente a la falta de presencia femenina en la difusión y circulación de obras artísticas, sin que estos deban ser exclusivos para ellas, a fin de tener la posibilidad de mostrar su trabajo, lo que permitiría eliminar cualquier lógica de segregación; y que al mismo tiempo, genere una comunidad en la que los artistas puedan sentirse partícipes al ser levantada por estos mismos.

¹¹ Entrevista a María José Cifuentes y Felipe Reyes, encargados de la dirección de programación y audiencia en el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM). Felipe Reyes se refirió a la discriminación positiva.

¹² Entrevista a Maricel Gómez de la Errechea.

Atendiendo esta situación, el Observatorio Cultural elaboró diversas investigaciones cuantitativas respecto a las brechas de género en el área de la cultura que dieron cuenta de la realidad que viven las trabajadoras en tres sectores: audiovisual, música y artes de la visualidad.

En el sector de la música, se reconoce el dominio de los hombres en espacios de producción, difusión y comercialización, que fija las pautas de competencia y a su vez, genera barreras que impiden la igualdad de los géneros¹³. Asimismo, las mujeres han sido relegadas al plano de la interpretación y de la creación artística, vinculada principalmente al canto. Esto guarda relación con la advertencia que realiza el estudio en cuanto al desarrollo de las carreras musicales, puesto que la exposición a situaciones de inequidad en etapas tempranas pueden marcar hacia dónde se dirige ésta.

Por ello, es que el Observatorio Cultural reafirma la importancia de reforzar la presencia de mujeres y la difusión de su trabajo, puesto que ya no sólo tendría como efecto la revalorización de la labor musical, sino que también permitiría instalar referentes femeninos que permitan motivar a nuevas generaciones y ser promotoras de cambios en la industria.

Por su parte, en las artes de la visualidad, de acuerdo a las cifras manejadas en el informe de 2021, en el caso de los fondos concursables circunscritos a la línea de esta disciplina, se evidenció una brecha de género donde un 62% de los proyectos seleccionados pertenecían a hombres, en tanto un 38% correspondía a mujeres¹⁴. A lo anterior se suma, una representación de mujeres en espacios de difusión y comercialización que no sobrepasaba el 35% y en el caso de las colecciones ésta llega al 15%, siendo concordante con el caso del Palacio de La Moneda.

Estas dos últimas áreas del sector de la cultura son de especial relevancia para el proyecto, ya no solo son disciplinas donde se evidencian las brechas de género, sino que también fueron las principales afectadas producto de la pandemia. En el caso de los músicos, un 30% declaró que dejó de percibir más de la mitad de sus ingresos por las actividades que realizaban, mientras que un

¹³ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2019). *Mujeres Artistas en el Campo de la Música: Barreras y Brechas de Género en el Sector Artístico Chileno*.

¹⁴ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2019). *Estudio de mujeres artistas en la macroárea artes de la visualidad: brechas, barreras e inequidades de género en el campo artístico chileno*.

84,8% de los artistas visuales perdieron su trabajo, de acuerdo a las cifras entregadas por el Observatorio de Políticas Culturales en 2020.

Ya en el año 2014, es decir, seis años antes de que ocurriera la crisis sanitaria, ya se advertían complejidades dentro de cada sector cultural, especialmente a la hora de encontrar espacios de desarrollo artístico o de distribución, donde Artes Visuales, Música y Artes Escénicas tenían los mayores porcentajes de ello con más del 60%¹⁵.

Frente a la pandemia, ambas disciplinas tuvieron más dificultades para enfrentarla, ya que la mayoría de los esfuerzos realizados por los trabajadores culturales surgieron desde el trabajo en red y la asociatividad. Esto permitió que aquellas disciplinas que acostumbraban a realizar un trabajo colectivo pudieran tener medidas más eficaces, con una mayor cohesión bajo una iniciativa común; pero en aquellas disciplinas acostumbradas al trabajo individual, como la música y las artes visuales, éstas “vieron atomizar sus estructuras y dar lugar a iniciativas diversas, pero fragmentadas” (Pinochet, Peters y Guzmán; 2021: 25).

Considerando, entonces, la situación de precariedad e informalidad del trabajo artístico-cultural, aunado a la pandemia, la Unesco observó con preocupación los efectos que tendría los campos de la cultura donde los trabajadores perdieron su empleo de forma permanente, ya que esto daría pie a “una disminución duradera de las competencias y conocimientos del sector, por lo que es menos probable que éste sea capaz de recuperar los niveles anteriores de rendimiento económico” (Unesco; 2021: 26).

Esto, de acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo, tendría importantes consecuencias para la fase de recuperación en el mundo de la cultura, siendo éstas el debilitamiento de la cohesión e identidad social, además de la falta de diversidad de nuevos contenidos digitales debido a la dificultad de producción¹⁶, lo que en Chile se vio reflejado con la imposibilidad que vieron algunos espacios y/o centros culturales para pasar al formato telemático. A lo anterior, se sumó la baja

¹⁵ Observatorio de Políticas Culturales, Proyecto Trama (2014). *El Escenario del Trabajador Cultural en Chile*.

¹⁶ Banco Interamericano de Desarrollo (2020). *La pandemia pone a prueba a la economía creativa. Ideas y recomendaciones de una red de expertos*.

participación en los fondos concursables, especialmente de proyectos regionales, siendo un indicativo del estancamiento para el desarrollo de la cultura en el país.

En ese sentido, desde el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), los encargados de programación Felipe Reyes y María José Cifuentes concuerdan en que el espacio digital debe ser concebido como una herramienta que vaya en pos de la colaboración, la internacionalización -es decir, conocer contenido extranjero, el cual también cimienta la cultura- y la difusión.

Todos estos aspectos son concordantes con algunos de los que Cultumanía busca reforzar y potenciar de forma conjunta con la visibilidad al trabajo realizado por mujeres.

A diferencia de otros medios de comunicación, el proyecto se plantea como una plataforma y comunidad que busca ser un espacio donde los creadores artísticos-culturales puedan alojar sus obras, al tener una plataforma permanente que también permita el contacto con la audiencia. De esta manera, tendrán una plataforma que les servirá de vitrina para posicionar sus contenidos -la que podrá ser considerada portafolio ante otras entidades- y aumentar sus índices de consumo.

Asimismo, el contenido proporcionado por estos queda publicado bajo la categoría de “Contenido de colaboración”, recalcando que es un producto levantado desde fuera de Cultumanía y agrupado en un índice de artistas colaboradores, donde se hablará de la persona detrás de la obra con una descripción de sí mismo, dando espacio tanto al trabajo artístico como al creador.

Sin embargo, el sitio no sólo pretende ser una plataforma de exposición, sino que también busca generar vínculos con los usuarios, otorgándoles un espacio en el que puedan compartir su perspectiva de los contenidos y cómo éstos les afectan, permitiendo así construir pautas nuevas a partir de sus experiencias, contando además, con el apoyo de redes sociales y temas que allí surjan.

Por lo tanto, pensando en aunar las diversas soluciones que surgieron en el marco de la pandemia y adecuarse a las transformaciones experimentadas respecto al acceso y consumo cultural en Chile, el proyecto ofrece una red o plataforma de apoyo paritaria, donde no sólo se pueda apreciar al artista a partir de la obra que expone en términos de si se trata de una buena pieza o no, sino también apreciar la subjetividad que viene en ésta y que es moldeada a partir de las experiencias de vida.

Todos estos elementos buscan que Cultumanía sea un espacio o plataforma que resignifique desde la mirada más humana el trabajo que se realiza dentro de las artes visuales y sonoras.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivos Generales

- Visibilizar el trabajo de artistas visuales y musicales, principalmente mujeres, frente a la desigualdad de oportunidades que tienen para desarrollar sus obras y difundirlas respecto a los hombres.

3.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar una plataforma web que fomente la creación y circulación de las obras nacionales en un espacio equitativo.
- Visibilizar una perspectiva de la cultura que no se refiere únicamente a panoramas.
- Generar una estrategia de redes sociales que habilite la visibilidad y permita la interacción.
- Crear una comunidad cultural activa en el desarrollo y el levantamiento de nuevas prácticas en este sector.

4. MARCO TEÓRICO

Las industrias culturales y creativas han sido definidas por la Unesco como aquellas que entrelazan la creación, producción y comercialización de contenidos inmateriales y culturales¹⁷, que se diferencia de otras por su flexibilidad y su dinámica. No obstante, hay que considerar que ambos conceptos pueden ser entendidos de forma independiente, y en esa línea, la Unesco plantea que la industria creativa responde a un conjunto de actividades más amplio que el de industrias culturales y que, por tanto, incluye a esta última.

Sin embargo, son Daniela Szpilberg y Ezequiel Saferstein (2014), quienes explican la transición de las industrias culturales a creativas como parte de los procesos de expansión y concientización, respecto a la cultura como vehículo para el desarrollo, siendo objeto de las políticas culturales de cada país. Así, este planteamiento proporcionó una perspectiva de estudio más positiva y enfocada en la creatividad.

Es esta misma noción, entonces, la que sumada a la innovación que hay detrás de las industrias culturales y creativas, permite ubicar a la cultura como un agente que promueve los entornos creativos y ricos en capital social¹⁸. Este último es un fenómeno que se compone de los valores y actitudes que influyen el comportamiento de las personas y su relación con sus pares, y por lo tanto, puede asociarse al grado de integración social de un sujeto.

Estas industrias están conformadas por disciplinas como la música, la artesanía, la moda, el cine, las artes visuales, la literatura, entre otros. Todos estos sectores habitualmente vinculados al ocio, con el tiempo comenzaron a ser observados como actividades productivas modernas que fueron consolidándose como parte de una “economía creativa”, la que logró un mayor alcance gracias a la tecnología¹⁹.

¹⁷ Unesco (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*.

¹⁸ Cruz-Barrionuevo, B., et al (2020). *Las industrias culturales como desarrollo económico y creativo*.

¹⁹ Newbiggin, John (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*.

De esta forma, los informes elaborados por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Unesco, presentan la economía creativa como uno de los sectores más dinámicos y con un potencial transformador respecto a las nuevas formas de distribución y acceso de los bienes y servicios artísticos, la promoción de intercambios culturales y la cohesión social.

Pese a las ventajas que reconocen las entidades internacionales, las industrias culturales y creativas se caracterizan principalmente por la vulneración y el estado precario del sistema del arte, lo que se observa principalmente en regiones como África, Asia y América Latina. Así, entre los principales desafíos que se deben enfrentar son la falta de inversión estatal a través de fondos o ayudas, una infraestructura precaria, y la poca formación respecto al funcionamiento de los mercados culturales en sus distintas disciplinas, entre otros.

Sin embargo, y al igual que otras, las industrias culturales y creativas poseen ciclos de creación, producción y distribución (o circulación), a partir de los cuales se obtienen las obras culturales, donde los principales insumos son, como se mencionó antes, la creatividad y la innovación.

En ese sentido, la creación artística es la base para el desarrollo de cualquier actividad o bien cultural que se genere. Así, ésta debe ser entendida como una experiencia sensible que se manifiesta a través de alguna forma de expresión material o inmaterial, combinando la subjetividad con la técnica. En otras palabras, responde al proceso en el que se produce una idea, que luego va a desarrollarse y que acaba por intervenir la concepción que existe como sociedad, siendo esto uno de sus principales aportes²⁰.

La obra, tanto en el contenido como la forma en la que se materializa la idea, es el resultado de este proceso creativo, y es susceptible de ser conocida, publicada, difundida o reproducible en cualquier forma. Ésta se construye utilizando las experiencias personales del artista, el talento y su capacidad de imaginar y/o improvisar con lo que tiene a su alcance, explicando el carácter sensible de ésta.

²⁰ Hernández, I. (2013). *La creación artística y su relación con la investigación y la innovación*.

Sin embargo, en el perfil del artista se combina la libertad creativa y un espíritu emprendedor, motivándole a conseguir su independencia y autonomía laboral, lo que lleva a la comercialización o la búsqueda de recompensa por su obra.

De esta forma, el trabajo de los artistas toma dos directrices respecto a la difusión y/o circulación de su obra. En primera instancia, los trabajadores artísticos culturales se valen de agentes mediadores, particularmente aquellos que pertenecen al subcampo de la mediación cultural, denominado mediación artística. Esto se define según la Política Nacional de Cultura 2017-2022 como un mecanismo específico que contempla distintas intervenciones y relaciones entre la obra y la recepción del público, lo que puede generar diálogo, experiencia y aprendizajes.

En tanto, una segunda alternativa es la autogestión, una práctica que empodera a los creadores a tomar el control de cada una de las aristas de su labor, es decir, ya no sólo encargándose de la creación, sino también de la circulación y la relación con la comunidad, de una forma más directa.

No obstante, y pese a la preferencia de uno sobre otro, ambos caminos buscan encontrar espacios culturales incluyentes y equitativos, vale decir, lugares y/o instancias donde convergen las actividades del sector artístico cultural, sin que existan sesgos o estereotipos de género, y con una programación paritaria; que a su vez pueda permitir el acceso de todas las personas, privilegiando prácticas de inclusión para quienes posean algún tipo de discapacidad.

La interacción en estos espacios producen experiencias que derivan en prácticas sociales que son compartidas por los miembros de una comunidad. En ese sentido, ésta puede entenderse desde una perspectiva estructural o funcional. En el caso del primero, la comunidad se observa desde el punto de vista de la pertenencia a un lugar, y por tanto se encuentra geográficamente localizada. Mientras que el planteamiento funcional tiene relación con las necesidades de un grupo, y con ello a un aspecto más social y psicológico²¹.

Así y para efectos de este proyecto, se entenderá a la comunidad como un grupo de personas con intereses afines, que buscarán un espacio colaborativo y de apoyo entre sí a partir de gustos, experiencias y problemas vinculadas, especialmente, al área cultural. Asimismo, se busca que esta

²¹ Causse Cathcart, Mercedes (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico.

comunidad tome un rol activo, adoptando compromisos que impliquen una fuerte participación en el desarrollo de las prácticas y actividades culturales.

En esa línea, es necesario abordar la relación entre comunidad y público. Este último es aquel que interactúa con el contenido, analizando e interpretando de manera subjetiva la obra, enmarcándose en una participación que va ligada a diversas condiciones y características de la persona que forma parte de este proceso cultural.

De acuerdo al filósofo Jaume Colomer, el modelo de gestión actual observa al público únicamente como consumidores²². No obstante, los esfuerzos institucionales desde el plano de la cultura trata de ubicarlos como eje esencial del trabajo de las entidades, organizaciones y artistas del sector,²³ de manera tal que se pueda incentivar su involucramiento en él, adecuándose al nuevo paradigma en torno a la participación cultural, que siguiendo el planteamiento de Ana Rosas Mantecón (2007), ser público constituye un modo de existencia de los sujetos.

La participación cultural, en tanto, debe ser comprendida como un fenómeno social que considera la acción y efecto de ser parte de un ecosistema cultural que considera, tanto los hábitos como las prácticas de las personas. Por lo cual, se debe entender que el enfoque de una comunidad dentro de la participación cultural busca despertar en las personas una apreciación artística que los ubique como seres culturalmente motivados, activos y críticos.

Lo anterior está estrechamente ligado a la etapa final del ciclo de producción de bienes y servicios artísticos: el consumo cultural. Este corresponde a la apropiación de estos elementos, y deriva en la construcción de significados que realizan quienes acceden a una obra o producto²⁴.

En su conjunto, el consumo cultural puede ser observado desde numerosas dimensiones. Por una parte, se encuentra la dimensión simbólica que obedece a la construcción de subjetividades, ya que es precursor en la constitución de rasgos identitarios y de la formación de comunidades²⁵. También cuenta con un plano económico, ya que siguiendo el planteamiento de

²² Colomer, J. (8-9 de julio de 2019). *Desarrollo de públicos y comunidades culturales*. [Presentación en papel]. Seminario Internacional de Desarrollo de Públicos, Santiago de Chile.

²³ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2021). *Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024*.

²⁴ García Conclini, Néstor (1999). *El consumo cultural: Una propuesta teórica*.

²⁵ Martín Barbero, Jesús (1987). *De los Medios a las Mediaciones*.

Guillermo Sunkel (2002) es en esta parte del ciclo productivo donde se genera la interacción de economía y cultura, influenciándose mutuamente. Lo anterior, pensando en que los creadores artísticos pueden obtener un beneficio monetario una vez que sus obras se encuentran en circulación, y que el público, dependiendo de sus condiciones socioeconómicas, puede acceder a ellas.

De esta forma, el consumo va a comprender la selección, la combinación y el acceso a los productos o contenidos culturales que se encuentren disponibles al público.

En Chile, esto se ha medido a través de cuatro instrumentos que han ido cambiando, desde su implementación en 2004 por el entonces Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (CNCA), destacándose la Encuesta de Consumo Cultural y Uso de Tiempo Libre (2004-2005), Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (2009-2012), Análisis y levantamiento cualitativo de Participación y Prácticas de Consumo Cultural (2013), y la más reciente Encuesta Nacional de Participación Cultural (2017).

Todas éstas describieron cómo las personas interactuaban con la cultura, caracterizando los contenidos predilectos entre los encuestados, entre otros. Y a su vez permitía entregar antecedentes generales sobre el acceso y la frecuencia con la cual se realizan prácticas culturales, además de ser insumos en la generación de políticas públicas.

En esa línea, cabe señalar que el consumo y la participación cultural han experimentado transformaciones vinculadas a la irrupción de la tecnología, que cambió la forma en que las personas se aproximan a estos contenidos culturales. Así, se debe entender primeramente el acceso cultural como parte fundamental del derecho a la cultura, el cual involucra tres aspectos esenciales: la promoción de las artes y otras actividades culturales; la garantía de una infraestructura institucional; y la promoción de los medios masivos en la protección y divulgación cultural²⁶, siendo de interés para este proyecto el primer aspecto.

Hoy en día, en Chile el acceso cultural está mediado por Internet, hecho que tras la pandemia se agudizó y que volcó a la población a las plataformas digitales, las cuales son espacios en el plano virtual que reúne un servicio -puede ser como almacenamiento o de interacción- que

²⁶ Guerra, P (2020). La regulación del derecho a la cultura: Análisis constitucional comparado.

han generado nuevas formas de relacionarse. Éstas han tomado un lugar preponderante en el consumo cultural ante la inmediatez y la deslocalización, además de las múltiples experiencias, tanto individuales como colectivas.

Entendiendo esta noción, el proyecto plantea un proceso denominado “resignificación del consumo”, el cual debe ser entendido como una adecuación a este cambio en los hábitos de la participación y de la apropiación de contenidos culturales. Lo anterior, al conciliar tanto lo digital como lo presencial, levantando puentes que permitan la circulación de obras de uno a otro, permitiendo una mayor visibilización de éstas en las principales disciplinas artísticas que se practican en Chile; y además, el cambio en la percepción de la cultura, saliendo de los parámetros de la noción de panorama, para profundizar en los aspectos más humanos y sociales del proyecto artístico, los que se vieron afectados durante la pandemia.

Disciplinas artísticas al centro de la industria cultural y creativa chilena

En Chile, las principales disciplinas artísticas que se llevan a cabo en el ecosistema cultural son las artes musicales, artes de la visualidad y artes escénicas²⁷, siendo las primeras dos el objeto de este proyecto, considerando el escenario actual de ambas disciplinas en términos de brechas de género. Esto respecto a la creación de obras, perjudicando a las mujeres; y los efectos postpandemia, entendiendo que el sector cultural fue el más afectado, producto de las restricciones impuestas ante la crisis sanitaria que golpeó a Chile desde marzo de 2020.

La música chilena es una de las áreas culturales que han experimentado un mayor crecimiento dentro de la economía creativa chilena. De acuerdo a la Ley N° 19.928 sobre fomento de la música chilena, esta disciplina contempla cualquier expresión dentro de los tres géneros base en el país: popular, clásico, y folclórico, siendo el más diverso el primero, ya que contempla subgéneros como el pop, rock, romántica y tropical.

Sin embargo, con el pasar de los años el campo ha ido expandiéndose, incluyendo no sólo la ejecución, sino también la investigación y el cruce con otras disciplinas. Ejemplo de ello, es el

²⁷ Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2022). *Agentes culturales, artísticos y patrimoniales. Un acercamiento a su medición y caracterización.*

caso del Ballet Folklórico Nacional (Bafona), que si bien está enraizado en las artes escénicas (danza), es considerado como un referente de la actividad musical nacional.

Asimismo, el sector de la música contempla distintos roles en torno a la obra o pieza musical, siendo estos compositores, intérpretes, profesionales del ámbito de la producción, gremios, entidades públicas (que ven regulaciones o financiamiento).

De forma paralela, la industria musical reconoce dos tipos de productos. Estos pueden ser mediante la importación de bienes y servicios, muchas veces vinculadas a la acción de empresas multinacionales; y por otra parte, se encuentran aquellas obras que vienen de la industria independiente, la cual comenzó a tomar fuerza entre 2005 y 2013 de la mano con la irrupción de las nuevas tecnologías.

Así, la industria musical independiente es uno de los focos de este proyecto, y ésta se define como aquella que, ajena a las grandes compañías discográficas (como Sony, Universal, entre otras), se articula y complementa con los distintos agentes involucrados en el ciclo productivo de la música, cuyo trabajo surge desde lo local, es decir, la creación, producción, difusión del material musical se realiza en Chile.

Una agente clave dentro de la industria independiente son los denominados artistas emergentes, aquellas personas que comienzan a producir una obra artística por primera vez, a partir de algo ya existente. No obstante, en los últimos años la denominación se ha ligado a las personas recién graduadas de las carreras de artes, y a aquellos artistas menores de 35 años²⁸.

El trabajo que realizan los artistas emergentes se caracteriza por la continua búsqueda de espacios para la exposición de su trabajo, siendo las primeras que realizan durante la etapa universitaria o en espacios culturales públicos, participando de actividades, ferias, y/o muestras locales. Así, los emergentes se valen de redes sociales para ofrecer bienes y servicios artísticos-culturales, además de vender su propia imagen como artista, entendiendo la importancia de la visibilización.

Sea en espacios físicos como digitales, para los artistas emergentes mostrar sus obras -o visibilizarlas- es clave para establecer puentes que permitan el contacto con otros agentes o

²⁸ De Pedro, María Gracia (2021). *El futuro incierto ¿Está el mercado del arte contemporáneo preparado?*

mediadores culturales, lo que resulta fundamental para la creación de vínculos para la consolidación de sus trayectorias profesionales²⁹.

Sin embargo, la noción de artistas emergentes es transversal a todas las disciplinas del sector cultural, y varía en la forma de expresión de la obra y los lugares en los que se presenta, como ocurre, por ejemplo, en artes visuales que en Chile ha tenido un desarrollo más amplio respecto a los subcampos que contempla.

Esto, pues en 2016 y a raíz del levantamiento de la Política Nacional de Artes de la Visibilidad 2017-2022, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes creó una macroárea que reunía las diversas disciplinas dentro de las artes visuales, la fotografía y lo que denominaron nuevos medios -vale decir, realidad virtual, animaciones, arte y poesía de software, entre otros- que dio paso a lo que hoy se conoce como Artes de la Visibilidad.

Las artes visuales se definen como el campo que contempla obras que son apreciadas por el sentido de la vista, como es el caso de los dibujos, pintura, artes textiles, escultura, grabados y el videoarte.

A este catálogo se suma las categorías contempladas en la Ley de Propiedad Intelectual (Ley N° 17.336): fotografía, litografías, ilustraciones, esculturas y los bocetos escenográficos.

Pese a la delimitación de estas categorías y a la consideración de cultura tradicional, las artes de la visibilidad están en constante diálogo con otras disciplinas, sea como complemento sonoro y/o interactivo. Además, de considerar a diferentes actores que no sólo se limitan a la creación, sino también aquellos ligados a la formación, conmemoración, profesionalización y a la difusión, como puede ser el caso de los galeristas, historiadores del arte, coleccionistas, museógrafos, siendo este último un objeto en sí mismo de política, puesto que los museos están vinculados directamente tanto a la circulación como a la protección del patrimonio.

Por lo tanto, y en atención a la oferta académica y programática, sumada a los efectos de la pandemia y los procesos de digitalización; artes de la visibilidad y música son dos disciplinas que deben ser objetos de la resignificación del consumo que propone Cultumanía.

²⁹ Dolores Gallego, María (2021). *Aquí y ahora: artistas emergentes locales*.

5. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

5.1. Antecedentes del proyecto

Cultumanía es una iniciativa que derivó de un proyecto universitario anterior, llamado Cultura Libre, el cual fue creado en 2021 junto a un grupo de compañeras, y cuya finalidad se enfocaba en potenciar, difundir y acompañar el trabajo de artistas que se vieron afectados en el contexto de la pandemia del COVID-19, en las áreas de Música, Audiovisual, Narrativa, Artes Escénicas y Artes Visuales.

Al igual que Cultumanía, el proyecto contaba con un sitio web y una cuenta de Instagram, por medio de los cuales apuntaba a crear una comunidad de la que los usuarios pudieran sentirse parte y disfrutar de los distintos contenidos culturales. Sin embargo, Cultura Libre buscaba recrear las condiciones de la presencialidad para generar un interés por parte de la comunidad que fuera a levantar y permitir la interacción entre los artistas y los usuarios.

Tras la reducción del equipo y tomando en cuenta que durante 2022, las condiciones sanitarias cambiaron, eliminando los aforos y entregando bonos a los trabajadores y trabajadoras de la cultura para reactivar la economía creativa que genera este sector en el país, existía una certeza de que no a todos los trabajadores culturales les había afectado la pandemia del mismo modo, puesto que las cifras levantadas por diversas entidades señalaban distintos efectos según la disciplina en la que se desempeñaban, su condición laboral, género, entre otros.

Fue así como se consideró abordar a las artistas emergentes, quienes históricamente han enfrentado mayores desafíos para consolidar una carrera en el sector cultural nacional y que desde el punto de vista de la comunicación, se podía ofrecer una alternativa a largo plazo que permitiera, además, romper la lógica de discriminación positiva que se ha visto en los últimos años y que se han constituido como la forma más eficaz de generar espacios, pero que no representan una real integración y/o equidad, considerando que son precisamente estos elementos los que ponen fin a la discriminación positiva.

En ese sentido, Cultumanía se estructuró como un proyecto que permitiera incidir y abordar los distintos problemas que surgen al existir brechas de género en la cultura, mientras que Cultura Libre se instaló como una medida a corto plazo que permitió establecer un primer contacto con este sector del país.

5.2. Definición y análisis de medios en el ámbito de Cultumanía

Cultumanía es un proyecto multimedial que responde a la diversidad de formatos que hoy se trabaja en el mundo de la cultura, de acuerdo a las disciplinas artísticas que involucran el uso de videos, imágenes, sonidos, entre otros. Así, Cultumanía busca generar espacios de colaboración e interacción con la comunidad, además de proporcionar una plataforma estable y que soporte la variedad de obras realizadas por los artistas colaboradores que son difundidas, a fin de garantizar el acceso gratuito e ilimitado a estos.

Para satisfacer esta necesidad, se ideó Cultumanía como un medio de comunicación digital en sitio web, que permita garantizar la visualización completa y en la mejor calidad posible de sus obras, que en otros formatos -como redes sociales, por ejemplo- no permiten por sus características; además de desplegar un abanico de contenidos de acuerdo a los intereses de la audiencia, que puedan ser desarrollados en mayor profundidad.

5.2.1. Benchmarking

Primeramente, se realizó una investigación de aquellos medios digitales que abordan contenidos similares a Cultumanía en Chile, a fin de identificarlos como posibles competencias y elaborar una estrategia digital que ofrezca una experiencia única al usuario al visitar el sitio web de este proyecto.

Esto se enmarca en el benchmarking, un análisis y/o herramienta que permite recopilar información a partir de la evaluación comparativa entre las prácticas realizadas en su mayoría por

organizaciones, cuyo diagnóstico permite reconocer diferencias y semejanzas³⁰, además de establecer qué cambios o mejoras pueden efectuarse.

En ese sentido y pensando en el tipo de contenido que se podrá encontrar en el sitio de Cultumanía, se decidió elaborar el benchmarking dividiendo el análisis en dos puntos: medios de comunicación y plataformas de visibilización del trabajo cultural.

Lo anterior, considerando que se publicarán noticias, reportajes, entrevistas que pretendan abordar la brecha de género en la cultura, los que estarán a cargo del equipo de Cultumanía; además del contenido proporcionado por el artista colaborador para mostrar sus obras, las cuales se organizarán en un índice con su respectiva biografía.

De esta forma, el análisis responderá a un benchmarking competitivo entre los medios y plataformas seleccionados a partir de cuatro criterios: accesibilidad, contenido, diseño, y usabilidad.

a) Medios de comunicación

Culturizarte

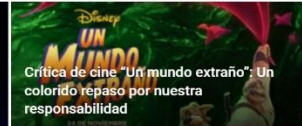
Culturizarte es un medio de comunicación de índole cultural, cuyo objetivo es difundir contenido sobre artes escénicas, artes visuales, cine y literatura, con críticas, entrevistas, y noticias sobre distintos eventos, entre otros.

³⁰ De acuerdo a la investigación realizada por Doris del Pilar Gallegos y Marco Antonio Espinoza (2019), el benchmarking se realiza a partir de revisiones bibliográficas, la comparación entre sitios web y encuestas a agentes internos de la organización.



Crítica de Teatro "Coriolano 2073": La distopía latente

culturizarte - 25 de noviembre de 2022



Crítica de cine "Un mundo extraño": Un colorido repaso por nuestra responsabilidad



Entrevista al fundador de Delight Lab Octavio Gana: "Gran parte del proceso creativo tiene que ver con la experimentación, que vendría siendo como nuestro..."



Crítica de Teatro "Vida in vitro. Experimento simulación": ¿Cuándo te enfermas dejas de ser feliz?

Crítica de Teatro "Vida in vitro. Experimento simulación": ¿Cuándo te enfermas dejas de ser feliz?

culturizarte

Página de inicio. Fuente: Culturizarte.

OFERTA BLACK FRIDAY
Hosting ultrarrápido
88% descuento
Desde \$19/mes

Oferta Black Friday: -86% dto. Más Información

INICIO | ARTES ESCÉNICAS

25 DE NOVIEMBRE DE 2022

CULTURIZARTE

Crítica de Teatro "Coriolano 2073": La distopía latente

DEL 25 AL 28 DE NOVIEMBRE
Tus productos favoritos en...
BLACK WEEKEND
EN Todas NUESTRAS TIENDAS

ÚLTIMOS POSTS

ARTES ESCÉNICAS
Crítica De Teatro "Coriolano 2073": La Distopía Latente

Publicación. Fuente: Culturizarte.

OFERTA BLACK FRIDAY
Hosting ultrarrápido
88% descuento
Desde \$19/mes

Oferta Black Friday: -86% dto. Más Información

Crítica de cine "Un mundo extraño": Un colorido repaso por nuestra responsabilidad

Esta publicidad ayuda a mantener este sitio -

Del 25 al 28 de noviembre
Tus productos favoritos en...
BLACK WEEKEND
EN Todas NUESTRAS TIENDAS

Por Jaime Ahumada Ruiz

Los profetas que se aventuran a pronosticar un futuro próximo suelen ser los que peor envejecen, ya que se encuentran en primera fila cuando el augurio fracasa; pueden observar el momento en que los hechos vaticinados no se suceden. Esto claro, en el caso de que no acierten. Sin embargo, no por eso su ejercicio deja de ser necesario: el presagio que apunta a un momento próximo y palpable invita a pensar el presente y las posibilidades latentes que se cuecen en este, a considerar las acciones que potencialmente podrían hacer cumplir dicha profecía, y también, aquellas que podrían evitarla.

Crítica de Teatro "Vida in vitro. Experimento simulación": ¿Cuándo te enfermas dejas de ser feliz?

Crítica de Teatro "Coriolano 2073": La distopía latente

Belleza Estética

CARTELERIA
Santiago En 100 Palabras Estrena Ciclo De Conversación Online Con Escritores Latinoamericanos

ARTE
Hasta El 11 De Abril Estará Abierta La Convocatoria Para Participar De La Bienal SACO1.0

ARTE
STFI Leighon Rompe Barreras Para El Arte Urbano Chileno Con Un Macromural De 60 Metros De Altura

FEATURED
Maravillate Con La Exposición De Fotos De La Antártica De Andel Paulmann

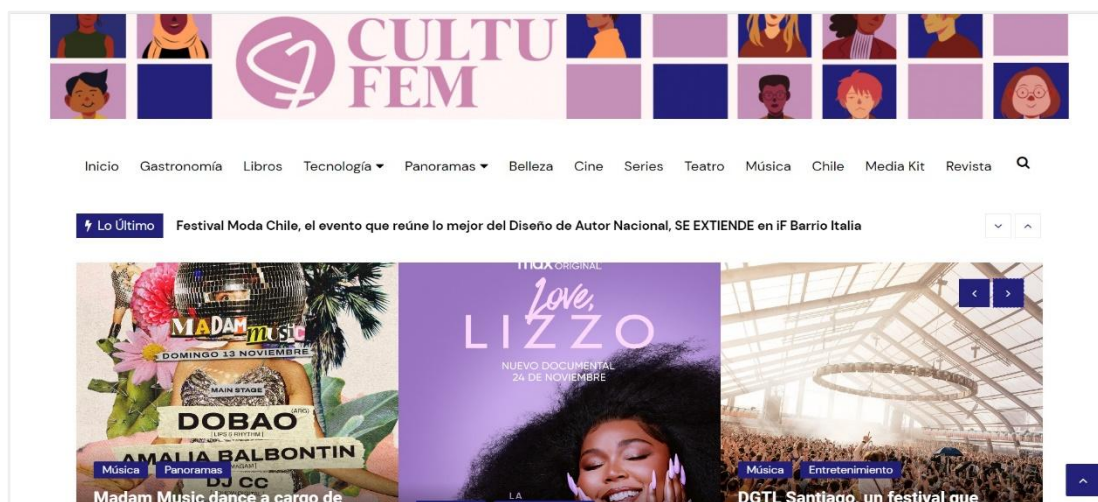
Usabilidad	<p>Ingresar a la página web es fácil, puesto que tiene una URL simple al consistir en una sola palabra (culturizarte.cl). Sin embargo, el tiempo de carga es lento y hay que esperar para que todas las imágenes puedan visualizarse, además de que se desplieguen todas las alternativas de contenido, lo cual se organiza de buena forma con un menú que aparece al inicio de la página.</p> <p>Al revisar una publicación, aparecen diversos anuncios publicitarios que pueden desviar la atención del contenido principal, y que en algunos casos puede obligar a destinar tiempo a cerrar cada uno de ellos, si es que no se tiene instalado un bloqueador de anuncios.</p> <p>Por otro lado, hay algunas publicaciones donde los hipervínculos (es decir una palabra destacada y subrayada que tenga alojado un enlace y que al ser presionada derive a un nuevo sitio) no se encuentran activos, sino que la dirección web está escrita de forma directa al final de la página, lo que obliga a copiar la dirección y abrir una nueva ventana en el navegador para revisar el contenido.</p>
Contenido	<p>Tiene una variedad que es interesante para el usuario y que puede apelar al interés particular que pueda tener al ofrecer distintas disciplinas. Es bastante completo.</p>
Diseño	<p>El diseño es simple y da prioridad al contenido elaborado al dejarlo al centro de la página. La identidad de Culturizarte se manifiesta en las distintas páginas del sitio con una paleta de colores consecuente y que deriva del logo del medio (rojo y negro).</p>
Accesibilidad	<p>El sitio web posee contrastes (texto negro sobre fondo blanco). Si bien existen imágenes sin textos alternativos, hay algunas que cuentan con ello, lo cual denota una intención de aplicar algunos conceptos de accesibilidad.</p> <p>El tamaño de la letra no es ajustable a la página, y al momento de revisarlo desde el teléfono, el texto de los titulares de entrevistas se superpone a las imágenes. Tampoco cuenta con audios que permitan escuchar el contenido de una publicación.</p>

En el caso de Cultumanía, se optará por seguir la lógica de una URL simple (www.cultumania.cl) como ocurre con este medio al tener una sola palabra en ella. Asimismo, se tendrá cuidado con el uso de hipervínculos para que estos puedan redirigir a otros contenidos de forma directa sin la necesidad de tener que copiar y pegar la dirección web en otra pestaña del navegador.

Entendiendo la importancia de la coherencia del diseño, se intentará trabajar con una paleta de colores que pueda estar presente en las distintas secciones de la web, como lo maneja Culturizarte, y se tendrá en cuenta el manejo de contraste y otras herramientas de accesibilidad.

Cultufem

Cultufem comenzó como un programa radial que más tarde se transformó en una revista digital que difunde contenidos para mujeres. Dentro de sus publicaciones, también contempla noticias protagonizadas por mujeres en distintas áreas culturales, aunque no constituye un elemento propio de su cobertura periodística.



Página principal. Fuente: Cultufem.



Publicación. Fuente: Cultufem.



Mensaje emergente tras la navegación en el sitio. Fuente: Cultufem.

Usabilidad	<p>La plantilla utilizada permite una navegación intuitiva por el sitio, y hay una buena distribución de cada elemento. Sin embargo, los tiempos de carga son lentos, lo que genera que el contenido ubicado en la página principal demore en desplegarse.</p> <p>Asimismo, el botón que se encuentra en la esquina derecha de la página principal y que permite volver al inicio no está activado, mientras que en otras publicaciones sí lo está.</p> <p>En algunos aparatos móviles, después de un tiempo deja de cargar y aparece el mensaje “no se puede abrir esta página”; mientras que en otros, el contenido completo termina de cargar después de varios minutos.</p> <p>Por otro lado, hay una gran cantidad de cuadros de colores en distintas páginas sin nada en ellos, por lo que su función no queda clara. Así, se desconoce si forman parte de la estética de la web; si se trata de información que antes se encontraba allí y por lo tanto se encuentra pendiente de eliminar; o si son espacios a rellenar en un futuro.</p>
Contenido	<p>Ofrece un contenido atractivo, llamativo e interesante en algunas de sus secciones. Sin embargo, se hace visible la diferencia de publicaciones entre una disciplina y otra, lo cual deja una impresión de rezago en el usuario.</p>
Diseño	<p>Hay un diseño armónico en el desarrollo de la web, es decir, hay una combinación equilibrada de los elementos utilizados. De la misma forma, hay un balance entre la proporción de texto y de imágenes, lo que ofrece descansos a los usuarios que ingresen al sitio.</p>
Accesibilidad	<p>Es un sitio accesible respecto a los contrastes y se identifica rápidamente los hipervínculos (enlaces). Desde el punto de vista de la tipografía, es clara y hay un interlineado que permite una lectura ágil, aunque prescinde de poner a disposición del lector alguna alternativa para agrandar o disminuir el tamaño de la fuente.</p> <p>El sitio tiene un buen manejo de encabezados para diferenciar el contenido, y utiliza otras herramientas para el formato como las listas numeradas.</p>

	Sin embargo, no cuenta con audios para la escucha de las publicaciones y los textos alternativos utilizados en las imágenes sólo indican la autoría de éstas, y no a lo que hacen referencia, como debería ser. Desde el punto de vista idiomático, presenta mensajes en inglés sin traducción, lo que no considera a personas que no hablen el idioma.
--	---

A diferencia de Cultufem, Cultumanía se enfocará en visibilizar sólo dos disciplinas artísticas, a través de entrevistas y noticias, que estarán orientadas tanto a un público de mujeres como de hombres. Además, dichas publicaciones dispondrán de un reproductor de audio para facilitar el acceso a todas aquellas personas que tengan algún tipo de discapacidad visual.

Al mismo tiempo, se procurará que todos los elementos implementados en el sitio web cumplan con un rol específico, a fin de facilitar la navegación de los usuarios y evitar errores en la usabilidad.

El Mostrador

El Mostrador es un medio digital que se destaca por ser el primero en incursionar en el plano online y que comenzó a incorporar reproductores de audios para la accesibilidad.

Posee una cobertura mediática sobre distintas áreas, y en el sector cultural levanta diversos temas vinculados al territorio, género, disidencias, migración, entre otros.

Para efectos del análisis sólo será considerada la sección referente al ámbito cultural.



Página principal de la sección Cultura. Fuente: El Mostrador.



Noticia publicada. Fuente: El Mostrador.

Usabilidad	<p>La página referente a la sección de la cultura contiene diversas áreas, por lo que se puede encontrar contenido relacionado a temáticas de medio ambiente y ciencias, lo cual puede confundir a los usuarios interesados en las publicaciones vinculadas a lo que es arte.</p> <p>Por otro lado, hay una distinción clara de las secciones que se pueden encontrar en el apartado cultural, además de referencias a los temas más importantes que puedan interesar al usuario, sin embargo, muchas de ellas están desactualizadas. También cuenta con los iconos de sus redes sociales a la vista, lo que es beneficioso pensando en que los jóvenes al estar más presentes en ella, querrán agregarlas.</p> <p>Si bien el tiempo de carga para ingresar a El Mostrador es lento, navegar en la sección e ingresar a una publicación es más rápido, siendo el texto lo primero en aparecer. Sin embargo, tiene mucha publicidad de videos que incomoda.</p>
Contenido	<p>Hay un contenido variado que ofrece distintas perspectivas o aristas de un tema. La extensión de algunas publicaciones varían entre sí, siendo algunas más largas que otras. Sin embargo, se apoyan en subtítulos, imágenes y videos de la misma sección para generar descansos para los usuarios.</p>
Diseño	<p>Hay una línea gráfica respecto a los colores que le son propios a la sección de cultura muy claros y bien definidos (naranja), pero al momento de revisar las distintas entradas disponibles, éstas se mezclan con etiquetas de otros colores, como verde, azul, que pueden distraer al usuario y asociarla a otras secciones. Pese a esto, da facilidad para moverse en busca de nuevos contenidos al tener barras laterales que ofrecen otras notas para leer, además de conocer otros formatos como los videos.</p>
Accesibilidad	<p>Es un sitio accesible en cuanto a la posibilidad de escuchar los textos, ya que tiene incrustado un reproductor de audio en cada publicación. Sin embargo, los contrastes no están bien definidos en la parte superior (café-gris), y en ocasiones la tipografía puede resultar muy pequeña, aunque sí se diferencia cuando hay un hipervínculo que podría interesar.</p>

	Los videos de la sección no cuentan con subtítulos, por lo cual el medio sólo se hace cargo de la accesibilidad respecto de algún tipo de afectación a la sensorialidad visual y no auditiva.
--	---

Considerando lo anterior sobre El Mostrador, el proyecto de Cultumanía tendrá una pauta de contenidos más similar, al darle énfasis a temas de género, territorios, entre otros.

En cuanto a la variedad de áreas (ciencias, medio ambiente, cultura), esto se resolverá en el caso de Cultumanía, separando el contenido en páginas disponibles en el menú principal para evitar confusiones y puedan acceder directamente a la disciplina que puedan estar buscando de forma específica.

Asimismo, es rescatable la propuesta y variedad que ofrece El Mostrador al público en una misma página, lo que se tendrá en consideración al trabajar el diseño de Cultumanía.

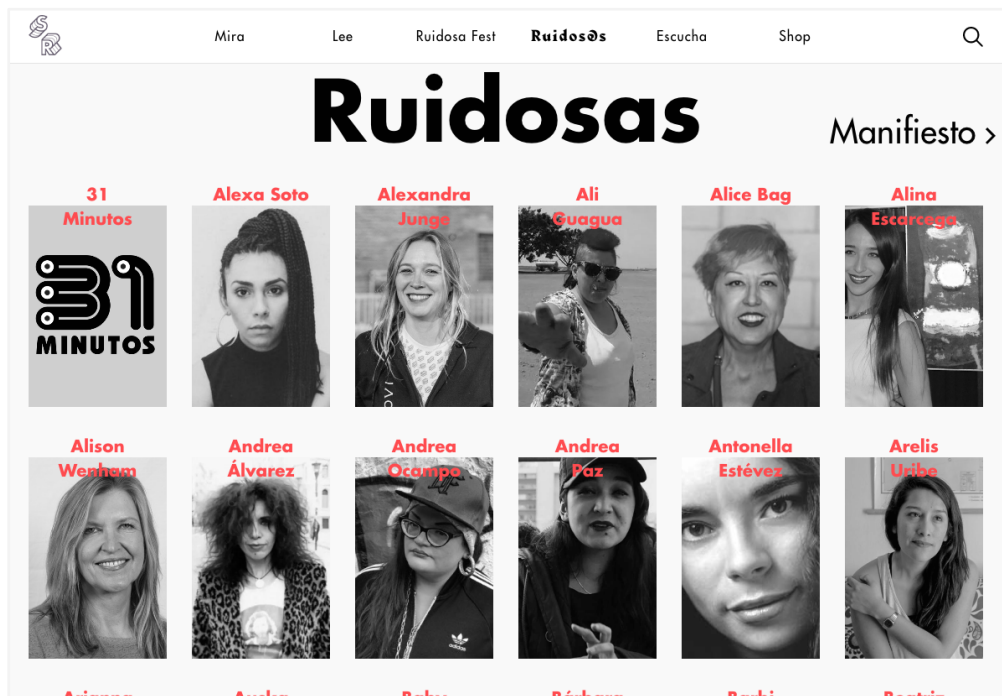
b) Plataformas de visibilización

Somos ruidosas

Somos ruidosas es una plataforma lanzada en 2017 al alero del Festival Ruidosa, en la cual se aboga por la equidad de género en el área de la música, abordando distintos formatos para la concientización y la visibilización del trabajo realizado por mujeres en el área.



Página principal. Fuente: Somos ruidosas.



Exhibición de los miembros de la Red Ruidosa. Fuente: Somos ruidosas.

Usabilidad	<p>Tiene una estructura sencilla de navegación, la que se encuentra organizada por el menú en la barra superior. Es atractivo el nombre que utiliza para cada sección, pero a simple vista no queda claro en qué se diferencian entre sí, sino que esto cobra sentido al llegar al final de la página y se lee el apartado de Colabora con nosotros. En ese sentido, tampoco se indica el contenido que efectivamente es de colaboración, y aquel que es levantado por quienes están a cargo de llevar la plataforma.</p> <p>Al leer cada publicación, se pone en el centro de la página el contenido. Esto ayuda a mantener la atención en éste, pero no ofrece más alternativas para leer, hasta llegar al final de la página donde se despliegan otras notas informativas que pueden ser de interés.</p> <p>Tiene una velocidad de carga rápida, hay espacio entre cada elemento, y utiliza diversos formatos, aunque al hacer click en los reproductores obliga a abandonar el sitio.</p>
Contenido	<p>Hay mucha variedad, tanto en el tipo de música como artistas que presenta, lo que demuestra el interés por visibilizar el trabajo de mujeres. Además, la incorporación de un glosario demuestra un verdadero intento de concientizar sobre la falta de equidad en el campo.</p> <p>Hace una distinción dentro del mismo contenido sobre lo que es más relevante a través del uso de negritas, y presenta textos no muy largos que mantienen el interés.</p>
Diseño	<p>Tiene una propuesta estética minimalista que, en general, mantiene la mirada en el contenido específico. El uso de colores para dar énfasis, en especial el rojo, va muy de la mano con la identidad y la intención del proyecto, al igual que la tipografía. Todos los elementos están conectados y son coherentes.</p>
Accesibilidad	<p>En cuanto a los colores y los contrastes queda algo al debe, especialmente cuando hay topes entre el texto y la imagen (rojo-gris-negro). Sin embargo y paradójicamente, la legibilidad es uno de los puntos más fuertes al momento de revisar los textos de noticias, ya que las palabras tienen un tamaño de 14 píxeles aproximadamente, lo que permite una fácil lectura.</p>

A partir de lo observado en Somos Ruidosas, en Cultumanía se contará con una página específica de artistas colaboradores, además de incorporar en cada una de las publicaciones que correspondan a artistas, una nota al final que indique que se trata de un contenido de colaboración y que existe un consentimiento para difundir el material.

En cuanto al manejo del contenido y el diseño, se aplicará una estrategia similar (uso de negritas, colores, tipografía) y se trabajará en reforzar los aspectos vinculados a la accesibilidad web. Sin embargo, Cultumanía no visibilizará exclusivamente el contenido elaborado por mujeres, sino que también dará a conocer a artistas hombres, aunque en una proporción menor.

Centro Imagen Sur

El Centro Imagen Sur es una plataforma de difusión centrada en la fotografía que busca visibilizar y educar en torno a esta disciplina de las artes visuales, poniendo a disposición de sus usuarios diversas herramientas para el ejercicio de ella, y ofreciendo una mirada más personal de quienes se dedican a ésta.



Página principal. Fuente: Centro Imagen Sur.



IMAGEN SUR

HOME NOSOTROS EXHIBICIÓN AUTORES EDUCA CONTACTO  

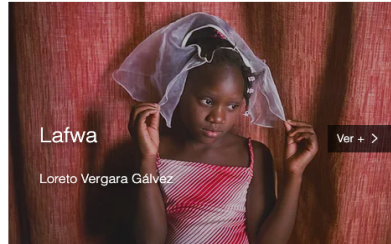
Exhibición



Vida de hogar

Paula López Droguett

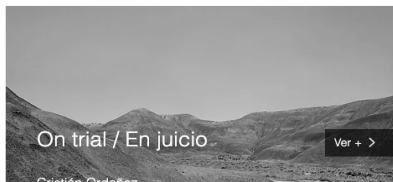
Ver + >



Lafwa

Loreto Vergara Gálvez

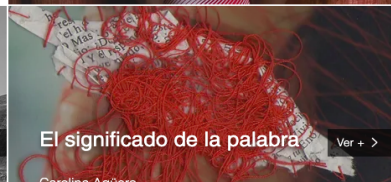
Ver + >



On trial / En juicio

Cristián Ordoñez

Ver + >



El significado de la palabra

Carolina Aguero

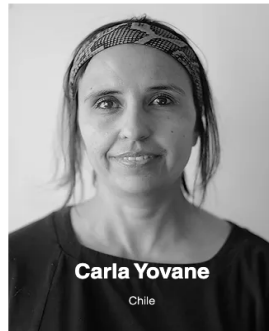
Ver + >

Muestra fotográfica según autor. Fuente: Centro Imagen Sur.



IMAGEN SUR

HOME NOSOTROS EXHIBICIÓN AUTORES EDUCA CONTACTO  



Carla Yovane

Chile

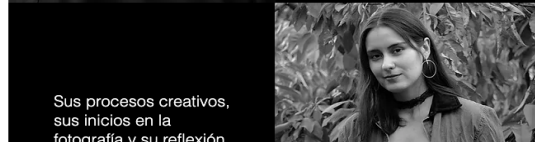
Autores

Conoce la biografía de los y las artistas fotógrafos(as). Puede descargar el cuestionario que cada uno de ellos ha completado para compartir sus experiencias.



Cristián Ordoñez

Chile / Canadá



Sus procesos creativos, sus inicios en la fotografía y su reflexión



Biografías de fotógrafas y fotógrafos. Fuente: Centro Imagen Sur.

Usabilidad	<p>Hay una estructura de la información organizada y clara respecto a lo que quiere aportar cada categoría. Utiliza diversos recursos para darles formato y diferenciar el propósito de cada una de éstas. Al revisar las fotografías y hacer click en algunas de ellas para verlas en tamaño completo, se despliegan en la pantalla y al costado aparece su nombre, siendo algunos “5”, “foto 17”, entre otros, por lo que no hay una identificación de la obra ni se indica si se trata de una decisión artística del autor consignarla así.</p> <p>Tiene una excelente velocidad de carga y el contenido tiene buena calidad. El tiempo de descarga es óptimo y está adaptado para dispositivos móviles respecto de las imágenes, mas no del texto.</p>
Contenido	<p>Es una plataforma que cumple totalmente con su propósito, entregando antecedentes tanto de las exposiciones, como de quien está detrás, permitiendo la opción de descargar el contenido como herramienta de educación. Constituye un verdadero aporte en la visibilización en torno a la fotografía.</p>
Diseño	<p>Diseño minimalista que toma una de las primeras percepciones de la fotografía con el uso de la escala de grises.</p>
Accesibilidad	<p>Falta texto alternativo en las fotografías. En cuanto a las publicaciones que llevan texto, es fácilmente legible, hay alternancias entre mayúsculas y minúsculas, el contenido está organizado. No obstante, el video de presentación de la plataforma no lleva subtítulos.</p>

Una de las similitudes de Centro Imagen Sur con el proyecto es la visibilidad que le otorgan a los artistas junto a sus obras. Sin embargo, el apartado de Artes Visuales de Cultumanía no se enfocará sólo en una técnica de la disciplina, sino que abordará la mayor cantidad de variedad posible (ver punto 4), a fin de dar a conocer las distintas ramas del arte.

De la misma forma, se procurará identificar cada obra de los artistas con sus nombres correspondientes, las cuales estarán acompañadas de una pequeña descripción que indique la

técnica del artista, junto con ciertos aspectos intencionales añadidos a ella, a fin de dar a conocer a profundidad la visión del autor y facilitar la comprensión de su obra por parte de los usuarios.

Sin embargo, uno de los aspectos relevantes de Centro Imagen Sur es la buena calidad de las imágenes y la rápida velocidad de carga del sitio, los cuales serán considerados para la construcción de la página web de Cultumanía.

Colección de Arte Contemporáneo - Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

La Colección Arte Contemporáneo del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio es una plataforma que reúne más de 200 obras, divididas entre los distintos tipos de artistas de acuerdo a su tiempo y/o trayectoria en el ejercicio de alguna de las disciplinas de las artes de la visualidad, indicando la autoría, la biografía de quien realiza la obra y una descripción de la misma.



Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Inicio | Artistas emergentes | Artistas de media carrera | Artistas de trayectoria | **Colección de Arte Contemporáneo** | Serie La Colección

Buscar en este sitio

Colección de Arte Contemporáneo

del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

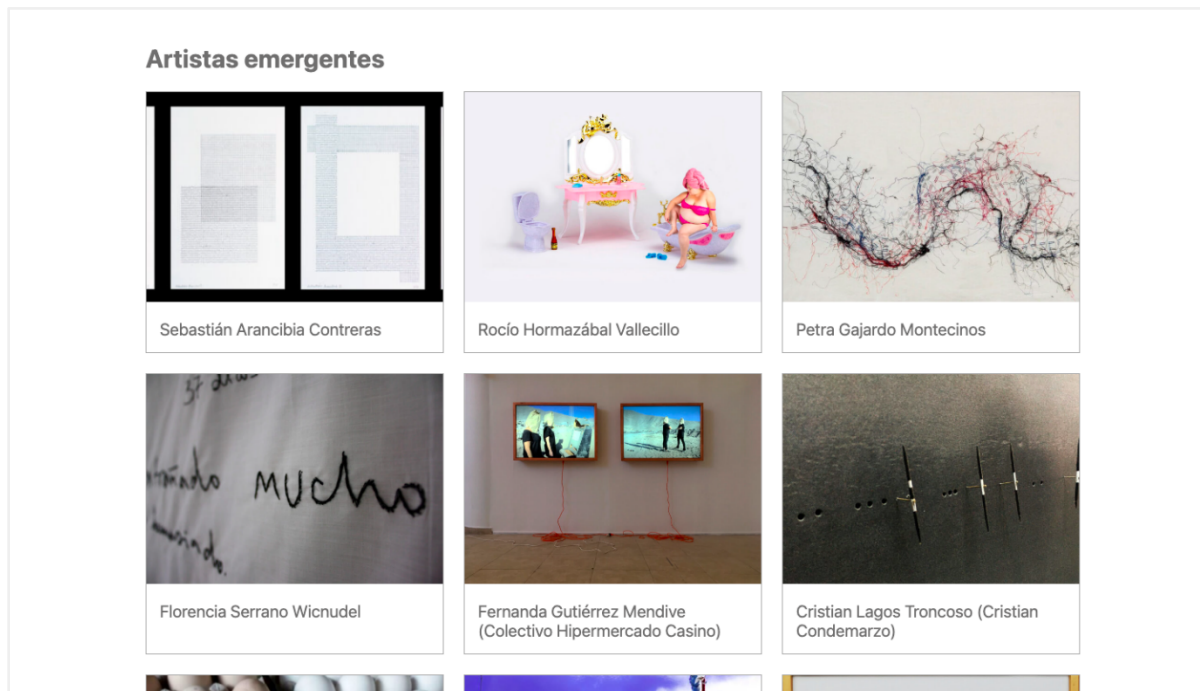
Pintura, Escultura
Fotografía, Grabado
Video, Instalación

La **Colección de Arte Contemporáneo** impulsada por el Programa de Fomento y Difusión de las Artes de la Visualidad de la Subsecretaría de las Culturas y las Artes, nace como incentivo al resguardo, conocimiento, acceso y difusión del arte contemporáneo nacional. Este acervo se inicia con la adquisición de **244 obras de artistas nacionales** de diversas disciplinas, formatos, dimensiones y lenguajes dentro del campo de las artes de la visualidad, que se desempeñan con carácter profesional, dando cuenta de parte de la producción de arte chileno de los últimos 50 años.

Esta iniciativa surge a partir del plan de apoyo a artistas en el contexto de la crisis sanitaria del año 2020, generando una convocatoria pública dirigida a artistas nacionales residentes en Chile y el extranjero, a la que postularon más de 860 artistas nacionales y con residencia en Chile. La selección de obras se realizó a través de tres categorías, que representan cada una de las etapas de trayectoria continua desde la primera exposición individual o colectiva de las y los artistas:

<https://www.cultura.gob.cl/coleccionarte/> antes, hasta 8 años de trayectoria.

Página principal de la Colección de Arte Contemporáneo. Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.



Vitrina de artistas emergentes. Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

<p>Usabilidad</p>	<p>El acceso al sitio web es complicado, y para revisarlo se debe ingresar desde los motores de búsqueda. No obstante, la navegación en ella es fácil, puesto que todo se encuentra agrupado en el menú superior con secciones que son establecidas según el tiempo del trabajo del artista (emergente, media carrera o trayectoria).</p> <p>Hay una secuencia lógica al revisar cada obra. Al pasar el cursor por encima de una obra, aparece el nombre y al hacer click se despliega la imagen completa con todos los detalles de ésta, siendo algo fácil de comprender para el usuario. Las imágenes están en muy buena calidad y cargan sin problemas. El menú está bien organizado y los botones para cambiar de páginas se encuentran operativos. El sitio web se adapta a dispositivos móviles.</p>
<p>Contenido</p>	<p>El contenido va en línea con el propósito de la plataforma, es breve y preciso en cuanto a la biografía y la historia o motivación para crear el registro. Además, brinda especificaciones técnicas de la obra, un dato que puede ser interesante conocer.</p>

Diseño	Tiene un diseño simple y replicado en las distintas secciones. Responde a la propuesta institucional de los últimos años implementada por el Estado y no ofrece mucha variedad de contenido al revisar la publicación.
Accesibilidad	No hay contraste entre el fondo y el color del texto del menú (blanco-gris), aunque en el resto de la publicación esto cambia a blanco-negro. Por otra parte, tiene dos botones para la accesibilidad referentes al color de fondo, alternando entre blanco y negro, y para agrandar o empequeñecer el tamaño de la letra. Los videos referentes a esta colección, cuentan con subtítulos, aunque no textuales, sí con las ideas claves del mismo.

De lo observado en la página del Ministerio, el apoyo de un menú superior será algo a considerar y replicar en la web de Cultumanía, ya que ayuda a la navegación en esta. Asimismo, es interesante cómo se organizan a los artistas con sus obras en la página, considerando que este es uno de los puntos centrales del proyecto propuesto.

Por lo mismo, lo visto en la página del Ministerio permitirá contar con una idea base para la construcción del índice de artistas colaboradores que estará en Cultumanía, velando también por una coherencia estética. Finalmente, se trabajará con la accesibilidad web ofreciendo herramientas similares a las que entrega la página institucional para las y los usuarios.

Conclusiones generales del análisis

A partir de este análisis se puede dar cuenta que la mayoría se centran en dar a conocer obras, no hay un énfasis en los artistas emergentes (en el caso de la plataforma del Ministerio son todos los artistas, independiente de su trayectoria) ni se aborda de una forma contundente la brecha de género. Y los pocos que lo hacen -como en el caso de Somos Ruidosa o Centro Imagen Sur- sólo se dedican a cubrir una disciplina en particular, dejando de lado otras áreas de la cultura.

Esto nos permitió identificar elementos de gran importancia para el diseño de la web de Cultumanía: ofrecer diversas alternativas de contenidos (barras laterales por ejemplo), incorporar audios que reproduzcan de forma sonora el contenido de una publicación; tener contraste entre el

fondo y texto; desarrollar un contenido desde distintas perspectivas, y que cada una de las secciones que se manejen se encuentren al día, trabajar en los tiempos de carga, entre otros.

Todo esto permitirá levantar las bases para el desarrollo de Cultumanía como un proyecto que aborde la asociatividad -incluso en disciplinas más individualistas- la colaboración y el impulso a comunidades culturales más activas en la visibilización de los artistas emergentes y la reducción de las brechas de género.

5.3. Público objetivo

Cultumanía es un proyecto digital y como tal debe considerarse como un aspecto fundamental el acceso a internet de las personas en el país. En ese sentido, de acuerdo con las estadísticas entregadas por Global Statshot en 2022, a principio de este año Chile contaba con una tasa de penetración de Internet correspondiente al 92% de la población total, con un alza de los usuarios de más del 10% entre 2021 y 2022, según el análisis de Kepios³¹.

Asimismo, el informe elaborado por Comscore en diciembre de 2021 concluía que dentro del espectro de usuarios que accedían a fuentes de noticias en el plano digital, quienes más revisaban estas era el grupo etario de 25 a 34 años, seguido de la franja de 15 a 24 años.

Ambos grupos son importantes de observar en el proyecto, puesto que son quienes manifiestan un mayor interés en la cultura. Al mismo tiempo, muchas de las y los jóvenes que pertenecen a estos rangos etarios son parte de los artistas emergentes, quienes al comenzar recién su carrera, deben establecer sus primeras redes para visibilizar su trabajo, lo que puede representar una complejidad.

Así, hay una confluencia entre los jóvenes que expuso Marcelo Aravena, director de la galería VALA en la revista Forbes Chile³² al señalar la existencia de una generación de jóvenes profesionales que ha desarrollado una sensibilidad importante en torno al trabajo de los artistas

³¹ Global Statshot (2022). *Digital 2022: Chile*. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile?rq=chile>

³² Arenas, Vanessa. (18 de enero de 2022). *Los jóvenes y los retiros parciales del 10% impulsan la inversión en arte en Chile*. Recuperado de <https://forbes.cl/life/2022-01-18/los-jovenes-y-los-retiros-parciales-del-10-impulsan-la-inversion-en-arte-en-chile/>

emergentes o artistas que antes no estaban en el mercado, lo cual evidencia un valor hacia las disciplinas artísticas.

Por ello, es que apoyar y visibilizar el trabajo de las y los artistas, especialmente de las mujeres, es uno de los objetivos principales de Cultumanía y en razón de éste, es que el proyecto se ha enfocado en una audiencia principalmente joven, tanto para quienes les gusta la cultura como para las y los artistas que desean encontrar espacios y oportunidades para exhibir sus obras.

Es por ello que el público objetivo al que apunta el contenido de Cultumanía son:

- Músicos y artistas visuales emergentes que deseen dar a conocer sus obras y adquirir conocimientos que los ayuden a desarrollar sus carreras artísticas, al igual que aquellos artistas con años de trayectoria que deseen apreciar el trabajo de sus pares y enterarse de las tendencias más recientes, establecidas por las nuevas generaciones.
- Trabajadores, gestores culturales y expertos en las áreas mencionadas, que deseen informarse sobre la escena nacional en cuanto a políticas, financiamientos, brechas de género, y otras estadísticas vinculadas a la música y las artes visuales.
- Personas con intereses en dichas disciplinas, ya sea que incorporen a estas prácticas culturales como parte de su estilo de vida, es decir, que cuenten con conocimientos más técnicos en el área, visiten frecuentemente centros culturales, entre otros; como también aquellos que deseen adentrarse más en ella.

Así entonces, y para establecer un perfil usuario más acabado se realizó un ciclo de entrevistas a artistas emergentes que tuvieran entre 19 a 35 años aproximadamente en distintos campos de la cultura, a fin de tener sus impresiones sobre cuatro ejes: oportunidades y dificultades para el trabajo emergente; brechas en el área de la cultura; masificación del contenido cultural; y la colaboración interdisciplinaria y/o multidisciplinaria.

Asimismo, se acudieron a distintos centros culturales como Centro Cultural La Moneda, Centro Cultural Gabriela Mistral, Corporación Cultural Las Condes, Fundación Cultural de Providencia con distintas actividades en parques, para constatar *in situ* la afluencia de público, y a partir de esta observación también fue posible identificar que gran parte de éste eran personas jóvenes.

A partir de los datos anteriormente expuestos, se elaboraron los siguientes perfiles usuarios para tener mayor claridad a la hora de levantar un contenido que pueda ser realmente útil, atractivo y funcional para la audiencia de Cultumanía. Estos perfiles fueron pensados de acuerdo al rol que cumplen en el circuito cultural y las necesidades que requieren satisfacer.

En primer lugar, se mostrará un perfil de usuario que se enfoque en las artistas, que sea de carácter emergente, tomando en cuenta las dificultades que tienen para generar contactos y posicionar su trabajo; gestoras culturales, tomando en cuenta su labor de enlace con la comunidad y su misión de mejorar el sector artístico en el que se desempeña; y los consumidores culturales, entendiendo por ellos a quienes les gusta conocer contenidos propios de la cultura, pero sin dedicarse a ello.

a) Perfil de usuario/a - Artista

Sofía tiene 25 años, estudió Licenciatura en Música en la Universidad de Chile. Ella es de Copiapó y llegó a estudiar a Santiago, porque creía que las posibilidades de desarrollar una carrera en su región eran más difíciles y no tendría el mismo espacio de visibilización que la capital podría ofrecerle.

Actualmente trabaja dando clases de canto y guitarra, y en paralelo compone las canciones que le gustaría que formaran parte de algún disco, pero conseguir contactos para ello ha sido difícil. Aunque de vez en cuando participa en algunas tocatas y en esa interacción de a poco va comenzando a conocer a más personas del sector musical. Especialmente, le gusta conocer a artistas que están recién partiendo su carrera y a quienes también desearía ver más en los medios, ya que esa es una forma de masificar.

No obstante, le gustaría ver más encuentros donde el público pueda ser más equitativo entre hombres y mujeres, ya que ha advertido que cuando son más las mujeres las que presentan algún espectáculo, suelen ir mujeres más que hombres.

Admira a varias cantantes nacionales como Mon Laferte, Denise Rosenthal, Dulce y Agraz. Tiene una *playlist* especial para ellas y a veces su música la inspira a crear la suya, por eso tiene varias notas en el teléfono donde registrarlas.

Su celular y su guitarra son sus infaltables y no suele salir de la casa que arrienda en San Bernardo sin ellos. Siempre está revisando sus redes sociales y por lo mismo la mayor parte de las noticias las ve allí como reels y publicaciones del *feed*. Le gustaría enterarse de más temas culturales, pero que no sean sólo panoramas. Cree que eso aleja a las personas de lo que la cultura es realmente: un entramado de disciplinas y costumbres, donde el arte, la música, la danza, la lectura son parte de un todo, y que debe primar siempre un espíritu colaborativo.

b) Perfil usuario/a - Gestora Cultural

Gabriela tiene 32 años, vive en Concepción, y hace 5 años decidió hacer el diplomado en Gestión Cultural de la Universidad Católica, a fin de entender con mayor profundidad el funcionamiento de la industria de las artes visuales en el país, y ayudar a los artistas a desarrollar su carrera en la escena nacional.

Actualmente trabaja en el programa Red Cultura del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio junto a otras organizaciones culturales, para fomentar el desarrollo cultural en la Región del Bio Bio, a través de la apertura de nuevos espacios, mejorar el acceso por parte de los artistas, e incentivar la gestión local, puesto que considera que estos puntos no están abordados de una forma concreta y efectiva por las políticas públicas culturales.

Gabriela siempre ha sentido que hay una centralización de la cultura, ya que en algunos sectores del país no hay ni siquiera carreras donde los artistas puedan estudiar. Y que para consolidar una es necesario vivir en Santiago, por eso es que su trabajo se ha centrado en mapear a los artistas de su región y establecer puentes para la circulación de las obras.

En ese sentido, siempre está buscando distintos espacios para compartir con los artistas, y así ellos tengan más oportunidades de difusión. Por lo mismo, navega mucho en la web buscando anuncios y/o convocatorias, medios de comunicación que quieran cubrir exposiciones regionales, además de estar pendiente de las informaciones que pueden llegarle a su correo electrónico.

c) Perfil usuario/a - Consumidor cultural

Pablo

Pablo tiene 20 años, vive en Santiago y actualmente se encuentra estudiando psicología en la Universidad Finis Terrae.

Le gusta mucho escuchar música en su tiempo libre, particularmente los géneros del reguetón y el rock. En ese sentido, sus artistas favoritos son Bad Bunny, Daddy Yankee, Queen y Guns N' Roses, aunque en el último tiempo también se ha interesado en los artistas emergentes que están destacando en el escenario nacional.

Dedica alrededor de 12 horas diarias a navegar por internet, el cual es su medio de preferencia para informarse de las últimas novedades de sus artistas favoritos, y las fechas de eventos importantes como conciertos y exposiciones novedosas como el Festival Hecho en Casa o el Festiluz.

Si bien no está muy familiarizado con las artes visuales ni los artistas emergentes de la disciplina, estas instancias hacen que despierte un interés por aprender más del área y conocer a nuevos artistas que presenten propuestas novedosas accesibles a todo tipo de público.

Asimismo, se ha dado cuenta que no suele escuchar a mujeres a pesar de que muchas tienen un estilo similar a sus cantantes y bandas favoritas, por lo cual le gustaría revisar una página donde le recomienden nuevas artistas.

Por otro lado, también dedica gran parte de su tiempo a sus redes sociales, principalmente Instagram y TikTok, a través de las cuales interactúa con sus familiares y amigos, además de consumir contenido entretenido, novedoso y rápido de diversa índole.

En ese sentido, prefiere el contenido realizado por y para jóvenes, debido a que se identifica con las prácticas sociales y culturales propias de su generación, como el estilo comunicacional, los memes, temáticas de interés juveniles y el contenido de inmediatez, el cual puede tener un tono serio o humorístico.

Respecto a un ámbito más social, no se define como un defensor activo de las desigualdades de género, pero se ha informado bastante del escenario nacional en distintas áreas por medio de las manifestaciones e intervenciones realizadas por sus compañeras de clase. En ese sentido, considera que su postura como hombre frente al tema debe ser apoyar los movimientos que busquen la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la sociedad y no tener actitudes que entorpezcan el proceso.

Francisca

Francisca tiene 18 años y está cursando su primer año en la carrera de Pedagogía en Inglés en la Universidad Santo Tomás. En su casa, sus papás no suelen escuchar música, ya que dejaron de usar la radio desde hace años, y en la televisión siempre están dando noticias o teleseries, por lo que es ella quien pone música en el hogar, desde su computador.

Casi siempre escucha música de fondo cuando está estudiando y viajando, aunque en ocasiones le gusta dedicar tiempo exclusivamente para aprenderse las letras de ciertas canciones. Sus artistas favoritos son Olivia Rodrigo, Harry Styles y Martin Garrix, pero desde que entró en la universidad empezó a conocer la música de algunos artistas nacionales que sus compañeros suelen escuchar en los recesos.

Una de sus grandes pasiones es sacar fotografías con su cámara antigua, aunque sólo lo ve como un pasatiempo.

Generalmente, revisa sus cuentas de Instagram y de TikTok durante la tarde y noche, ya que es el periodo en el que tiene más tiempo. Suele distraerse viendo videos cortos que muestran aquellos lugares que puede visitar de forma gratuita, o recomendaciones para tomar fotos, extractos de conciertos y videoclips. Ese es su contenido favorito.

En redes sociales, sigue a sus amigos, celebridades, y algunas cuentas de medios de comunicación o programas para participar en sorteos, pero no suele informarse a través de ellos. El contenido noticioso le aburre, por lo que sólo se informa con lo que sus familiares y amigos le dicen, o lo que escucha en la televisión cuando está con sus padres.

Le gusta ir a conciertos y exposiciones, ya que se distrae y la pasa bien con sus amigos, por lo que siempre está buscando panoramas para salir de casa.

5.4. Identidad visual del proyecto

El nombre del proyecto se eligió pensando en hacer un juego de palabras llamativo que representara una comunidad interesada en las distintas disciplinas que abarca la cultura (de ahí la palabra manía), entendiendo que se trata de un campo con una oferta ilimitada respecto a obras artísticas culturales. Sin embargo, y pensando en la extensión de este sector, se focalizó el sitio en dos disciplinas (Artes Visuales y Música) en atención al panorama que hoy experimentan.

No obstante, el proyecto tiene la intención de expandir sus contenidos paulatinamente, a fin de llegar a incorporar la mayor cantidad de disciplinas artísticas posibles, una vez que éste pueda profesionalizarse y pueda permitirse ampliar el equipo que dirige el proyecto.

Posteriormente, se procedió a elaborar el logotipo del sitio, el cual desde un comienzo estuvo pensado en ser la letra inicial de Cultumanía, a fin de obtener un diseño neutro que pudiera adecuarse más adelante a la incorporación de diversas disciplinas en el transcurso del tiempo.

Para ello se elaboró un boceto de la letra “C” que se transforma desde una tipografía clásica a una terminación que simula el efecto de una pintura lanzada en dirección ascendente. Esta transformación pretende representar las diversas ramas que existen dentro de las distintas disciplinas de la cultura, las cuales varían desde formatos más clásicos y estructurados hasta otros más informales y cotidianos.



Esta misma idea se consideró al momento de incorporar los colores, los cuales pretenden ser un reflejo de este concepto que busca la convivencia de dos estilos opuestos dentro de la apreciación a la cultura, entendiendo esto como la contraposición entre una cultura tradicional o una cultura más moderna, con la incorporación de las nuevas tecnologías.

De allí que exista una variedad entre tonos fríos y cálidos como el azul, morado, rojo y amarillo, los cuales fueron elegidos desde un punto de vista estético para aportar a la construcción de un todo, al igual que la combinación de texturas visualmente lisas con otras corrugadas. Por lo tanto, el logo busca hacer una representación de la antítesis presente en los distintos niveles de la cultura.



Código de colores en Photoshop del logo de Cultumanía.

Al mismo tiempo, la letra está rodeada por un círculo sin completar que representa el trazo de un pincel, lo cual busca levantar un mensaje en torno a la cultura como un bien accesible a todos, donde se garantiza la participación de las personas mediante la diseminación de la cultura en todas las esferas socioeconómicas e institucionales.

Finalmente, se elaboraron tres logos. Uno que contempla la palabra Cultumanía debajo de la “C”, escrito con la tipografía TW Cen MT que permite una lectura clara al evitar confusiones entre las letras “L” e “I”, que en algunas ocasiones suelen ser similares.

Lorem ipsum dolor si

Utinam habemus assueverit et est. Elit perti

Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetu

Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dig

Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At eleifend

Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utroque nomi

Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudiandae eos, p

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusant

Texto de prueba con la tipografía TW Cen MT. Fuente: Fontsgeek.

Este primer logo se utiliza para las publicaciones de redes sociales como forma de atribuir la autoría de los *posts*, y en documentos formales como bases de convocatorias, consentimientos para la difusión de obras, entre otros. En tanto, el segundo logo -que elimina el nombre del sitio- se utilizó para la imagen de perfil de redes sociales y como favicon de Wordpress, de modo que pueda visualizarse en las pestañas de los exploradores al revisar el sitio web. Y el tercer logo que escribe Cultumanía al costado de la “C”, se ha utilizado una sola vez como banner para el diseño del sitio.

5.5. Construcción del sitio web www.cultumania.cl

Teniendo en cuenta los conocimientos técnicos del equipo detrás de Cultumanía y pensando en las alternativas que el sitio web busca ofrecer en términos de acceso, navegación y formatos, se decidió utilizar el gestor de contenidos Wordpress, ya que permite la administración de un sitio web de manera fácil y sencilla, sin la necesidad de contar con conocimientos avanzados en programación, al tener diversas plantillas y modelos que se pueden utilizar de base.

Si bien existen otras plataformas similares que permiten crear o almacenar sitios web, la extensa lista de herramientas que ofrece WordPress, como el control intuitivo, gestión de usuarios, diversidad de temas, y especialmente los plugins, son todos factores que apuntan directamente a la publicación de contenido en línea (Michael Vendivel, 2014), y por ende, se adapta mejor a las necesidades del proyecto.

Sin embargo, gran parte de estas herramientas se encuentran disponibles a través de distintas suscripciones de pago, cuyos precios varían según la necesidad de cada usuario. Por ello, se decidió contratar el Plan Business que en ese entonces estaba disponible con un valor de 33 dólares mensuales, que permite acceder a más temas, la instalación de plugins, la eliminación de anuncios de Wordpress, mayor manejo del dominio y de almacenamiento, y otros beneficios adicionales.

Tras el análisis preliminar de otros medios de comunicación y descartar la existencia de algún sitio con el nombre de Cultumanía en Chile, se procedió a gestionar el dominio en la plataforma de NIC Chile, que es la encargada de la administración de estos en Internet a nivel nacional. Lo anterior se hizo con el objeto de contar con el identificador *.cl*, y así reforzar el enfoque del proyecto de visibilizar a los artistas nacionales a través del posicionamiento de la web dentro del espacio chileno. En ese sentido, se optó por la inscripción del dominio de forma anual, que además representaba la alternativa más económica para registrar el sitio.

Una vez vinculado el dominio con Wordpress, se procedió a la construcción del sitio web, utilizando un mapa de contenido que seguía una estructura jerárquica de visualización de la información, la cual se divide en las siguientes secciones:

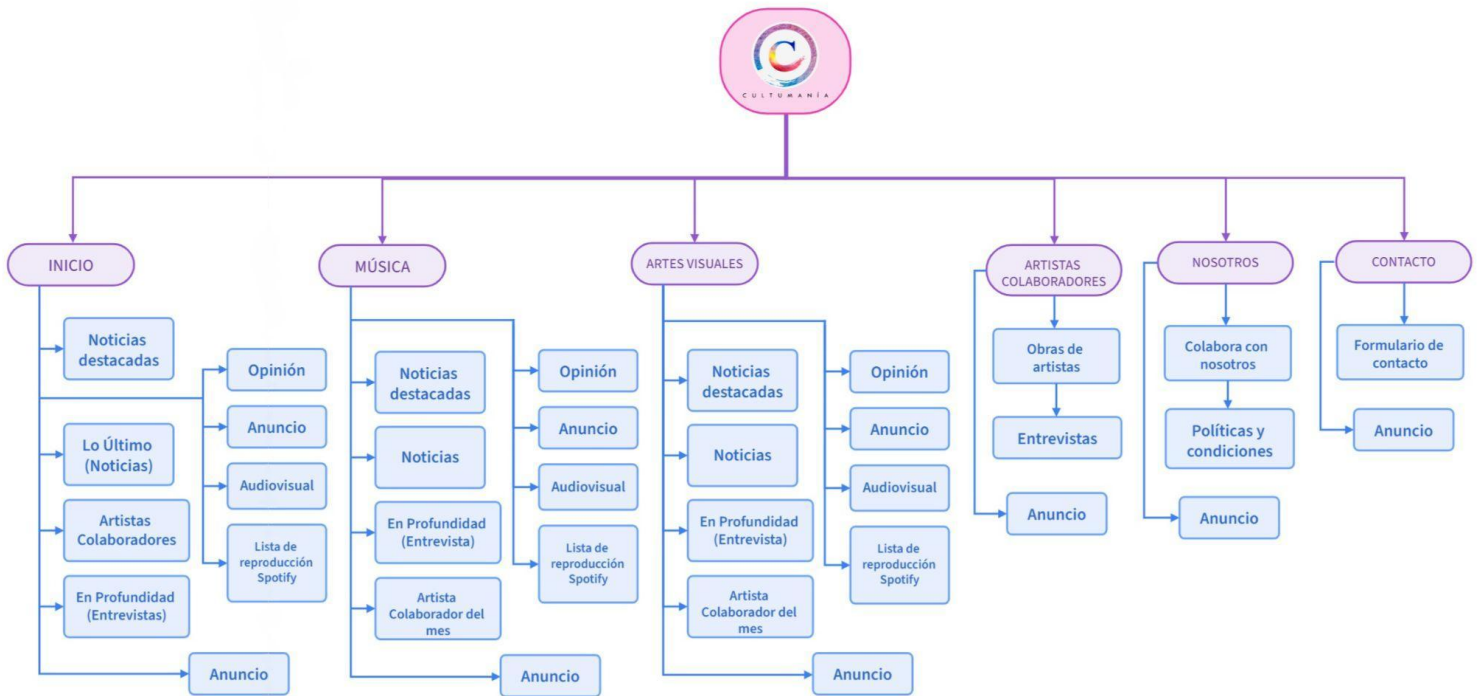
- **Inicio:** Presenta el contenido tanto de la sección de artes visuales y música, el cual se encuentra segmentado, considerando el contenido destacado, las noticias más recientes, los artistas colaboradores y las entrevistas sobre las disciplinas artísticas consideradas en el proyecto bajo el nombre “En Profundidad”. Además, presenta una sección de opinión donde se destaca la música de artistas nacionales que sirven como referentes, una crónica o entrevista audiovisual, y los anuncios.
- **Música:** En esta sección se presenta el contenido relativo a esta disciplina artística-cultural, abordando noticias que hablan de la actualidad tanto nacional como internacional, actividades, información sobre el contexto que viven quienes se dedican a ellas, e incorpora un apartado de entrevista destacada que pueda abordar la brecha de género o la gestión de proyectos para artistas emergentes, lo que constituye las dos líneas principales de visibilizar y educar. Y finalmente, considera un apartado de “Estrella en Ascenso”, correspondiente

al artista colaborador del mes en la disciplina; en tanto se mantiene anclado la barra lateral con el contenido de opinión, los anuncios y contenido audiovisual.

- **Artes Visuales:** Se exhibe el contenido relativo a la disciplina artístico-cultural, con noticias o informaciones que sean relevantes para las y los usuarios. Al igual que la sección de Música, aborda una entrevista destacada en la sección de “En profundidad” y el contenido de colaboración que incluye una biografía junto a la galería con las obras, además de la red social del artista colaborador del mes. Se mantiene la barra lateral que expone los artículos de opinión, anuncios, y contenido audiovisual.
- **Artistas colaboradores:** En esta sección se concentra la plataforma de visibilización donde cada artista que participe en Cultumanía con su obra contará con una ficha de presentación donde se muestra quien es, en qué consiste su trabajo y conducirá a revisar la obra cuyo consentimiento informado se explicita en la publicación.
- **Nosotros:** Esta sección expone el trabajo que busca realizar Cultumanía, y además invita a los artistas a colaborar en la comunidad con su obra. Desde este apartado se puede acceder a la página de **Políticas y Condiciones**, donde se establecen los lineamientos éticos que guían al proyecto y, conjuntamente, los aspectos técnicos para participar en el sitio web.
- **Contacto:** En este apartado se presenta un formulario para que los usuarios puedan plantear temas, manifestarse respecto a alguna colaboración o lo que estimen conveniente.

De esta forma, se establece un diseño con una estructura jerárquica que separa el contenido principal del secundario (las publicaciones de archivo disponibles en las secciones) y terciario (formulario de contacto), a fin de incentivar el contenido principal y dejar aquel que tiene menos probabilidades de ser visitado al final.

Lo anterior queda representado en el siguiente mapa de contenidos, el cual debe ser entendido como la articulación visual y espacial de los contenidos dentro del sitio web.



5.5.1. Wireframes

Una vez establecido el esquema de visualización de contenidos más básico, se empezaron a diseñar los wireframes, una herramienta que nos permite construir esquemas que representan cómo se verá la distribución de los elementos a incorporar en cada una de las páginas de la web.

Cabe destacar que en sus primeras etapas el sitio atravesó por un proceso experimental, en el que se crearon diversos diseños de wireframes, a fin de determinar cuáles se adaptaban mejor a las necesidades del proyecto. Sin embargo, éstos fueron cambiando a medida que se consideraron aspectos técnicos que mejoren la navegación de los usuarios y la retroalimentación de estos mismos por medio de los test de usabilidad aplicados, los cuales se abordarán más adelante.



Wireframe antiguo de la página principal



Wireframe antiguo de la página de Música

Así, se crearon wireframes siguiendo la lógica de los cinco segundos, basada en estudios³³ que demuestran que aquello que los usuarios alcancen a observar en ese lapso de tiempo, será decisivo para su navegación en el sitio. Por ello, es importante crear un diseño que cuente con los elementos suficientes que brinden contexto de la página, como también diferentes opciones de contenido que llamen la atención del usuario y lo inviten a seguir explorando más.

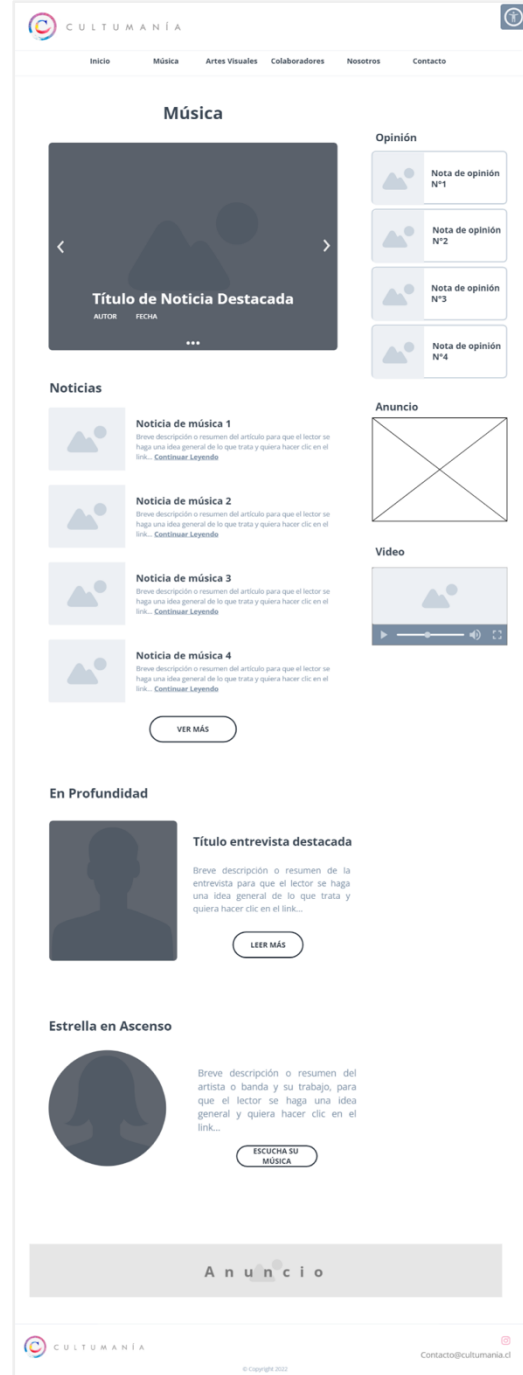
Sin embargo, se debe tener cuidado de mantener un equilibrio y no recargar la página con elementos innecesarios que puedan distraer al usuario, ya que de acuerdo a la ley de Hick³⁴, entre más estímulos y alternativas se le presenten, más se tardará en responder, corriendo el riesgo que abandone el sitio tras verse abrumado ante la cantidad de información que deberá procesar.

³³ Perfetti, Christine. *5-Second Tests: Measuring Your Site's Content Pages User Interfaces Engineering*. Junio 9, 2005 < [http:// www.uie.com/articles/five_second_test/](http://www.uie.com/articles/five_second_test/)>

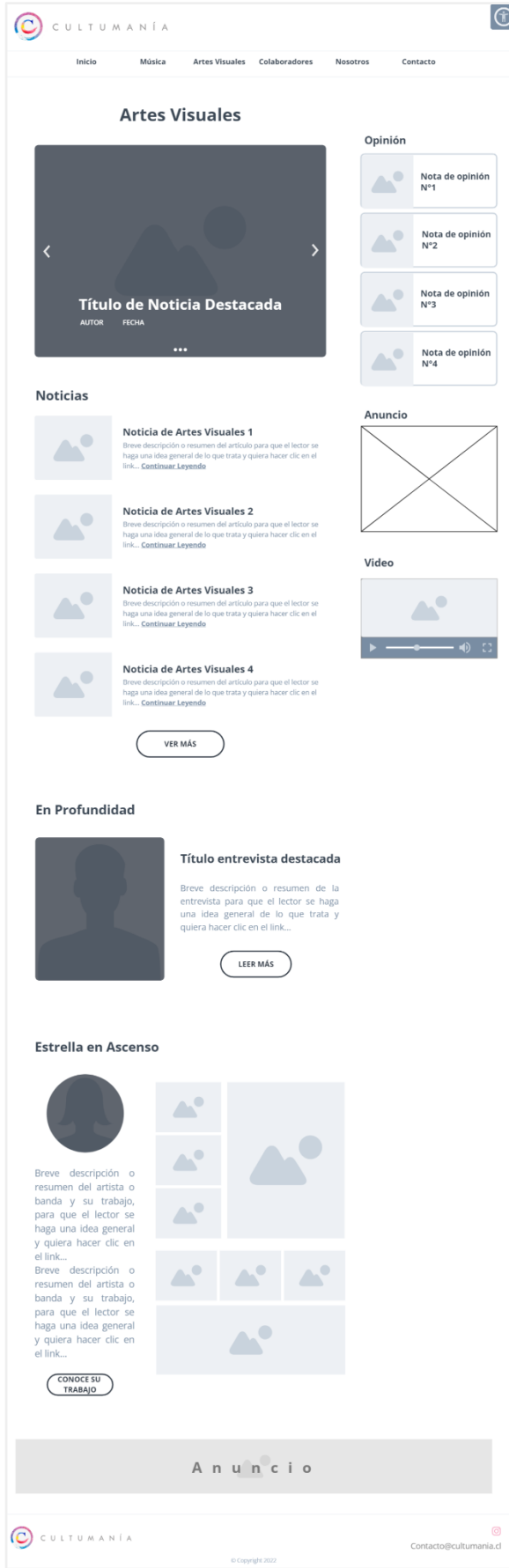
³⁴ Proctor, R. W., & Schneider, D. W. (2018). Hick's law for choice reaction time: A review. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 71(6), 1281-1299.



Wireframe actual de la página principal



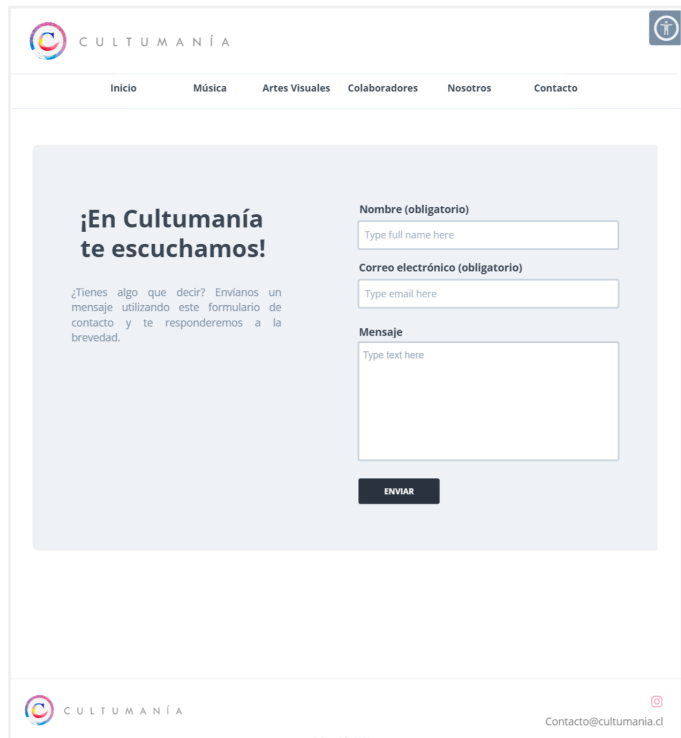
Wireframe actual de la página de Música



Wireframe actual de la página de Artes Visuales



Wireframe actual de la página de Nosotros y Colaboración



Wireframe actual de la página de Contacto

Artistas Colaboradores

<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>	<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>	<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>
<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>	<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>	<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>
<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>	<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>	<p>Nombre artista Campo de trabajo del artista</p> <p>Descripción breve del artista y su trabajo... Descripción breve del artista y su trabajo...</p>

A n u n c i o

5.5.2. Accesibilidad universal

La accesibilidad universal debe ser entendida como la calidad que debe tener un espacio, servicio, dispositivo, entre otros, para que todas las personas puedan usarlo de forma autónoma y natural, caracterizándose por ser comprensible, utilizable y practicable³⁵. En ese sentido, Cultumanía se desarrolló como un sitio que busca, dentro de las habilidades técnicas del equipo, tomar la accesibilidad como una de sus características, considerando que más de 2 millones de personas en Chile país tiene una discapacidad³⁶.

Ante la importancia de los contrastes, se utilizó un fondo blanco con texto negro para casi la totalidad del sitio, y para aquellas divisiones y/o nombres de secciones, se buscó un tono que fuera concordante con la paleta de colores propuesta para generar contraste con un texto blanco. Para ello se utilizó la herramienta de Adobe a fin de realizar una medición de color y determinar el tono adecuado para la web.



Prueba de accesibilidad. Fuente: Adobe Color.

³⁵ Decreto Supremo 50, que modifica la Ordenanza General de Urbanismo y Construcciones (OGUC). Actualiza sus normas según lo establecido en la Ley 20.422, sobre Igualdad de Oportunidades e Inclusión Social de Personas con Discapacidad.

³⁶ Segundo Estudio Nacional de la Discapacidad del Ministerio de Desarrollo Social y el Servicio Nacional de la Discapacidad (2015).

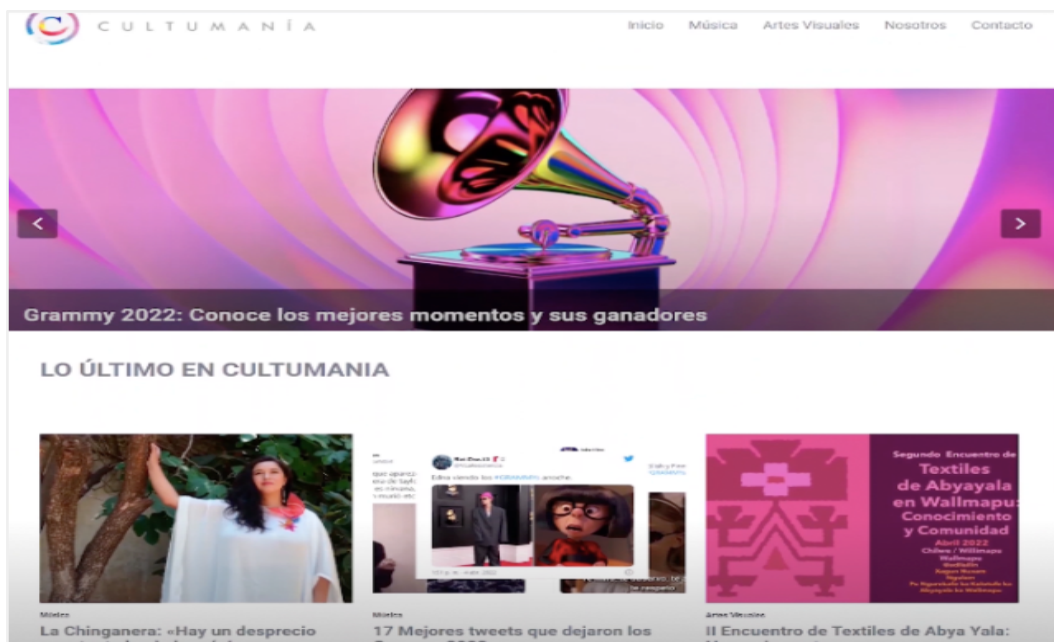
Asimismo, se realizó una búsqueda de plugins para ofrecer distintas herramientas de accesibilidad (ver punto 5.5.4.) para adecuar el color o el tamaño de la fuente, puesto que esta última está predeterminada por el tema de Wordpress instalado.

5.5.3. Test de usabilidad

El sitio web de Cultumanía atravesó por diversos procesos de cambio en su diseño y distribución del contenido, debido a que ninguno de los modelos instalados de forma previa se adaptaban completamente a las diversas necesidades del proyecto, ni a su identidad visual.

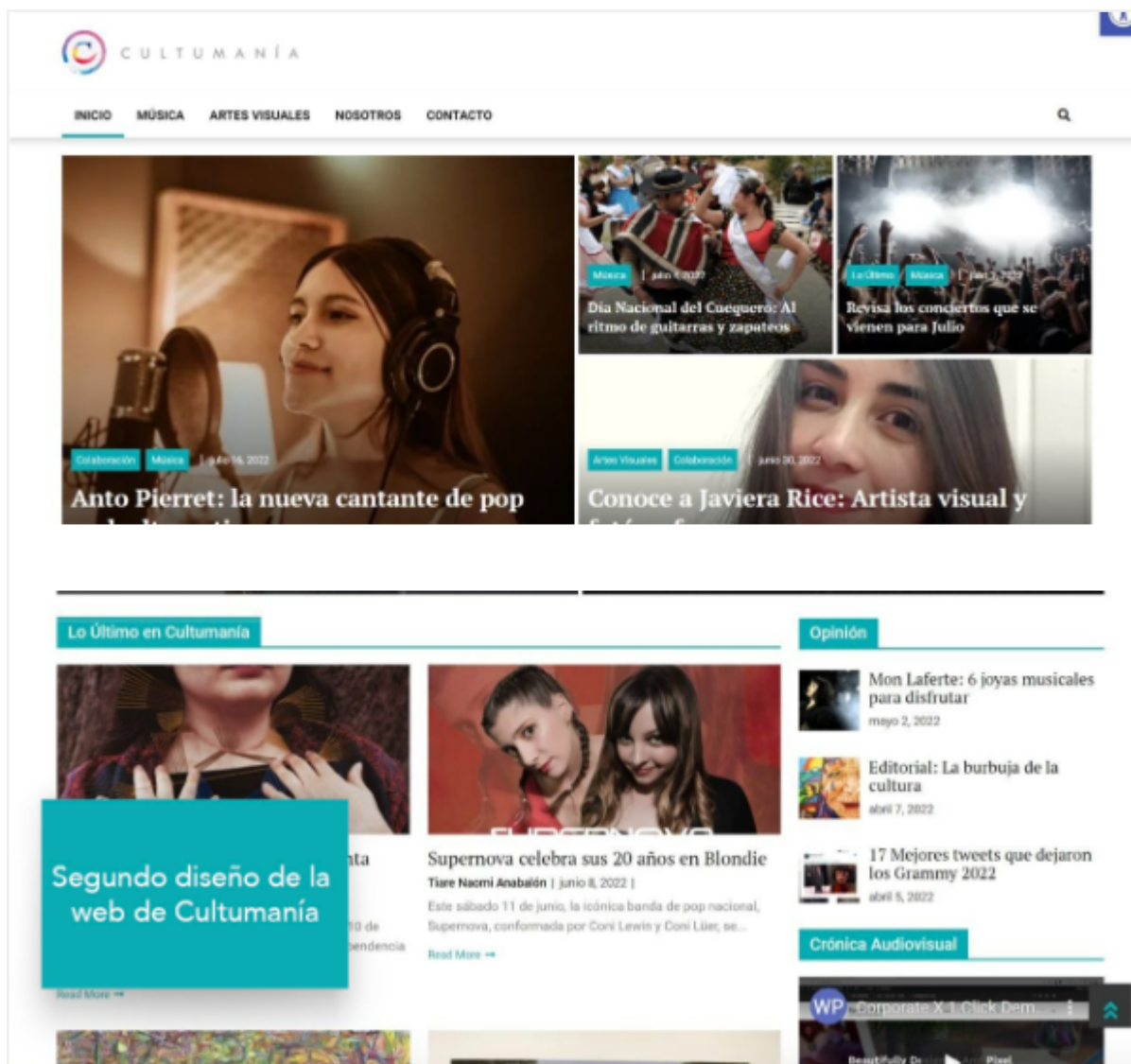
En primera instancia, se trabajó con las plantillas predeterminadas de Wordpress, las que se habían utilizado en un proyecto similar llevado a cabo en 2021 por los miembros del equipo de Cultumanía, lo que ofrecía algunos conocimientos sobre cómo manejarlas.

En ese sentido, se construyó el sitio en función de los wireframes, los cuales se desarrollaron a partir de lo que planteaban estas plantillas y lo observado en distintos medios, permitiendo que se levantara un contenido inicial en torno a las disciplinas de interés, comenzar a establecer los contactos con los artistas colaboradores, y realizar entrevistas que permitieran dar cuenta del escenario nacional de éstas.



Primero diseño web de Cultumanía. Fuente propia.

Este primer diseño de Cultumanía estuvo vigente por 4 semanas, sin embargo, existían carencias en cuanto aspectos técnicos, tales como: la velocidad de carga, las opciones de navegación respecto a barras laterales, entre otros; que llevó al equipo a seguir desarrollando una web más profesional y que fuera más atractiva para los usuarios, conduciendo a la instalación de un segundo diseño.



Tras explorar distintas plantillas disponibles en la web que fuesen compatibles con Wordpress, se optó por descargar un tema que estuviese diseñado para medios de noticias o revistas digitales, y que ofreciera diversas herramientas para personalizar el sitio, lo que implicó un cambio en los wireframes (ver punto 5.5.1.). Así, se eligió instalar el tema Eximious Magazine de la página

web Theme Saga, el cual permitía exhibir diversas noticias destacadas al inicio del sitio, además de ofrecer barras laterales con contenido y dar cabida a algún contenido audiovisual relevante, reforzando además lo que ya se había trabajado en un primer momento con el diseño anterior.

Ante el cambio de imagen, y tras una permanencia de tres meses, en junio se decidió aplicar el primer test de usabilidad, entendiéndose a éste como una herramienta de investigación en la que distintas personas representativas de la audiencia objetivo evalúan si un producto cumple con los criterios de usabilidad específicos, a fin de mejorar la experiencia de los usuarios y su rentabilidad³⁷.

Para ello, se estructuró un formulario de Google con 15 preguntas (ver punto 11.8.), siguiendo la escala psicométrica de Likert³⁸, donde se establecieron cinco alternativas que variaban desde “totalmente de acuerdo” a “totalmente en desacuerdo”, más una opción neutral en el medio, para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios. Dicho test comprendía preguntas cerradas y abiertas que se enfocaban en la experiencia usuaria (tiempo de carga, lenguaje, imágenes, entre otros) y estructura del sitio, además de brindar la posibilidad de que los usuarios opinaran sobre ciertos aspectos relevantes del sitio y entregaran las recomendaciones que estimaran convenientes.

El formulario estuvo disponible durante 4 semanas y fue contestado por 32 personas, lo que permitió hacer un primer diagnóstico sobre la web. En ese sentido, los aspectos que más destacaron fueron la facilidad para navegar en el sitio, y la claridad para identificar el tipo de contenido que ofrece Cultumanía.

Sin embargo, uno de los aspectos que obtuvo los resultados más bajos fue la velocidad de carga del sitio, seguido de una estructura web coherente y la presencia de elementos para ubicarse dentro de la página, como *breadcrumbs*³⁹ o categorías.

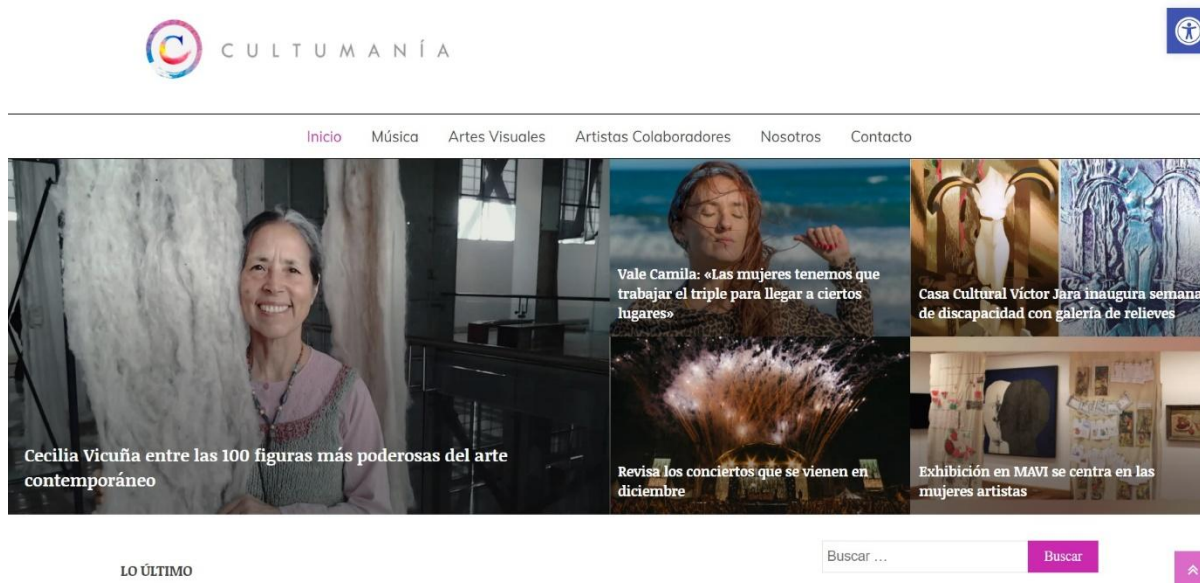
³⁷ Chisnell, D. & Rubin, J. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*.

³⁸ La escala de Likert es una herramienta de medición que insta a los encuestados a manifestar su grado de conformidad frente a una afirmación o ítem, lo cual permite conocer matices en la opinión de los usuarios y tener indicativos si es que es necesario mejorar algo ya existente, o si debe por ejemplo ser replanteado.

³⁹ Miga de pan en español. Son elementos que indican la ruta de navegación que ayuda a los usuarios a ubicarse en el sitio web. Estos suelen encontrarse en la parte superior de la página y se observan como: Inicio > Nombre de la sección > Nombre de la publicación.

En cuanto a las opiniones de quienes realizaron el test, éstas se enfocaron principalmente en el diseño del sitio. Así, algunos de los usuarios manifestaron que éste no era atractivo ni coincidía con la identidad visual del proyecto al utilizar tonos más formales, y que no eran parte de la paleta de colores planteada en el logo ni en redes sociales. En tanto, otro porcentaje señaló su conformidad con el aspecto profesional del sitio y la variedad de noticias disponibles en la sección destacada de la página de inicio.

Es por ello que tras realizar un segundo proceso de exploración en internet, finalmente se decidió instalar la versión gratuita del tema Grip -el cual se descargó de la página web Candid Themes-, debido a la gran cantidad de alternativas modificables que ofrece en su diseño, además de su vasta compatibilidad con diversos widgets; entendiéndose estos como herramientas que ofrecen distintas características y funciones con las que los usuarios pueden interactuar, y que contribuyen a mejorar la apariencia y calidad del sitio web.





¿Qué fue lo que más escuchado por los chilenos este 2022?

Spotify publicó su resumen anual, en el que presenta la experiencia personalizada de cada usuario,...

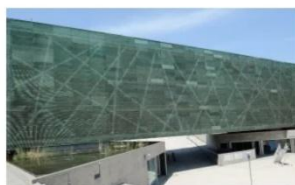
CONTINUAR LEYENDO →



Art Week 2022 contará con más de 200 artistas

Art Week se desarrollará entre el 25 al 27 de noviembre en Centro Cultural Santa...

CONTINUAR LEYENDO →



Senado aprueba reponer fondos para Museo de la Memoria y otras instituciones

El Senado revirtió la medida impuesta por la Cámara de Diputados que eliminaba los recursos...

CONTINUAR LEYENDO →



Latin Grammy 2022: Conoce a los ganadores

Opinión



Conciertos en el Metaverso: ¿El futuro de las presentaciones en vivo?

El Metaverso se ha vuelto cada vez más popular en la industria musical, pero ¿podrá reemplazar esta nueva realidad virtual la experiencia de los conciertos presenciales?



Denise Rosenthal: 4 joyas imperdibles de la artista



Inteligencia artificial: ¿Una nueva forma de arte?



Las 4 peores restauraciones del mundo del arte

Diseño actual del sitio web. Fuente propia.

Tras haber esperado un par de semanas para que los usuarios se acostumbraran al nuevo diseño del sitio, se consideró pertinente aplicar un segundo test de usabilidad durante el mes de octubre, siguiendo los mismos lineamientos utilizados en el primero. Dicho test estuvo disponible durante un mes y recibió 36 respuestas, las que permitieron analizar los resultados de las modificaciones aplicadas y los aspectos a considerar para futuras actualizaciones de la página web.

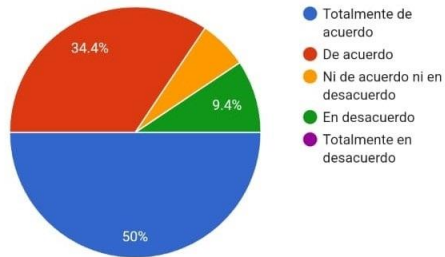
Al igual que en el caso anterior, una de las características que más destacó fue la facilidad para navegar en el sitio, sumado a un tipo de lenguaje fácil de comprender y sin tecnicismos; mientras que los comentarios recibidos fueron principalmente positivos, con sugerencias que apuntaban a reincorporar el reproductor de música que se encontraba disponible en los diseños anteriores.

De esta forma, se construyó un cuadro comparativo entre ambos tests, a fin de establecer si efectivamente se mejoró la experiencia de los usuarios al navegar en el sitio de Cultumanía y si se dio cumplimiento a las recomendaciones entregadas por los mismos.

Primer test de usabilidad

4. La estructura del sitio web es coherente

32 respuestas



5. ¿Por qué?

32 respuestas

El diseño de las páginas de música y artes visuales no es tan similar al de la página de inicio

Los colores no van de acuerdo al logo del sitio ni la identidad que muestra en redes sociales, ya que el verde lo hace ver más formal y no tan llamativo

Tiene una estructura ordenada

Muestra información de música, artes visuales y entrevistas

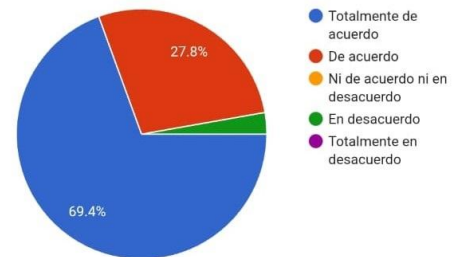
Creo que falta describir la misión y visión

Se entienden los apartados del sitio

Segundo test de usabilidad

4. La estructura del sitio web es coherente

36 respuestas



5. ¿Por qué?

36 respuestas

Porque tiene relacion con el contenido que se plantea

Creo que los enlaces en cuadrículas con fotos del inicio es muy atractivo

Es un sitio amigable, fácil de usar e informativo.

facil de usar

Porque comunica exactamente cómo es y debe ser

Siempre es posible mejorar

Lo explicado y visto se entiende

Creí que falta describir la misión y visión

7. Existen elementos dentro de las páginas, que permiten saber exactamente dónde te encuentras dentro del sitio

32 respuestas



7. Existen elementos dentro de las páginas, que permiten saber exactamente dónde te encuentras dentro del sitio (ej: migas de pan "Estás Aquí")

36 respuestas



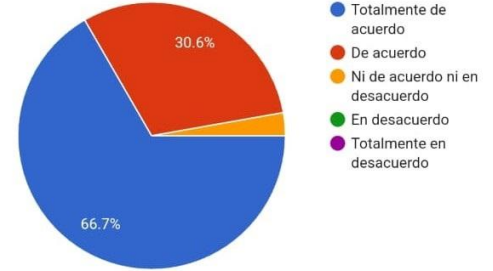
10. La velocidad de carga del sitio web es adecuada

32 respuestas



10. La velocidad de carga del sitio web es adecuada

36 respuestas



14. ¿Qué fue lo que más te llamó la atención del sitio de Cultumanía, ya sea positivo o negativo?

32 respuestas

Siendo totalmente sincero, me llamó bastante la atención lo profesional que se ve el sitio web.

El reproductor de música de artistas chilenas

Ixs colaboradorxs que tienen, a muchxs no les conocía

Las imágenes destacadas

el tamaño de las imágenes es muy grande en el teléfono

el logo y el nombre

Las noticias destacadas y la herramienta que permite adecuar el tamaño y color del texto

14. ¿Qué fue lo que más te llamó la atención del sitio de Cultumanía, ya sea positivo o negativo?

36 respuestas

Los colores

El contenido

Tiene un tipo de contenido llamativo que deja con ganas de ver más

Me gustan las imágenes que utilizan y los colores, son llamativos, también sus notas están escritas sin sesgos de ningún tipo, lo que se aprecia un montón

El botón que permite adaptar la letra y colores para una mejor lectura

Que tengan fechas de los conciertos

15. Comentarios o sugerencias generales para desarrollar de mejor manera a el sitio de Cultumanía

22 respuestas

Quizás modificar Fonts que vayan más horientados a las artes, que no se vea tan formal. Hay que hacerlo ver más entretenido

Arreglar la pestaña de "lo que estamos escuchando en cultumania", porque no carga :(

felicito la iniciativa

Creo que, si bien se ve bastante profesional, se ve todo de forma tan uniforme que quizás podría haber algo más llamativo que capte la atención y las ganas de clickear.

La velocidad de carga es un poco lenta

Que el diseño de la página de inicio con las demás no sea tan diferente y la velocidad de carga

15. Comentarios o sugerencias generales para desarrollar de mejor manera a el sitio de Cultumanía

20 respuestas

Nada que agregar

Se podría usar mejor el espacio para que el contenido no se visualice tan alargado.j

Música de fondo cultural chilena con opción de cambiar temas o detenerla.

Que siga a si de fácil y rápido

En general esta muy bien

Todo me pareció bien..

Me gusta

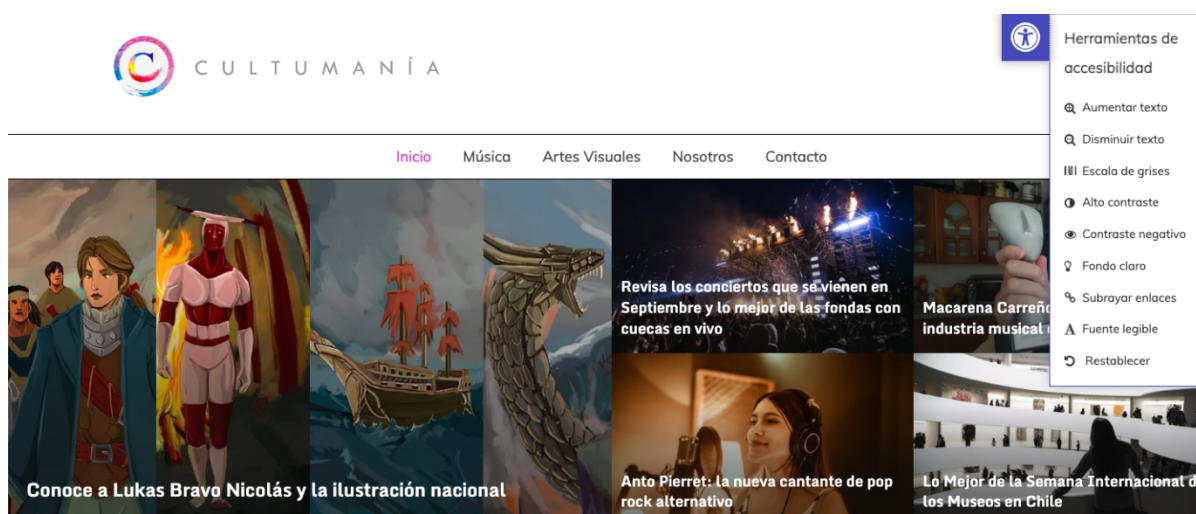
Quizás un poco de colores más llamativos

Si bien, hubo preguntas que mantuvieron respuestas similares y otras que presentaron un leve aumento del porcentaje con el que los usuarios se mostraban satisfechos, los resultados del segundo test de usabilidad demostraron una mejoría en cuanto a los aspectos más críticos que presentaba el diseño anterior respecto a la experiencia de las y los usuarios.

Esto se vio especialmente reflejado en la velocidad de carga del sitio, su coherencia estructural y concordancia del diseño con la identidad visual, además de la cantidad de sugerencias recibidas, las cuales disminuyeron drásticamente en el segundo test.

5.5.4. Plugins

Una vez elaborado el diseño de la página, se instalaron como principales plugins One Click Accessibility, Yoast Seo, Jetpack, BeyondWords - Text-to-Speech, WP Content Copy Protection & No Right Click y No Right Click Images.



Vista de la página principal de Cultumanía donde se encuentra la opción para adecuar el sitio.

One Click Accessibility es un plugin que ayuda a que el sitio web sea más accesible. En esa línea, la accesibilidad web es una práctica inclusiva que se vale de diversas herramientas para facilitar la participación de personas en situación de discapacidad (visual, auditiva, entre otros). Sin embargo, no se limita sólo a éstas, ya que beneficia a quienes utilizan dispositivos con pantallas

pequeñas, quienes se encuentran con un problema temporal y/o situacional como que no tengan sus lentes a la mano o que estén en un lugar con mucho sol, por ejemplo.

Por lo mismo y considerando las herramientas que se pueden dejar a disposición de las personas que visitan el sitio web del proyecto, se considerará a las personas que cuentan con una discapacidad visual que involucra una baja visión, para propiciar algunas condiciones que permitan visualizar el contenido sin tantas dificultades.

Así, One Click Accessibility entrega una serie de herramientas útiles que permite adecuar el sitio de una forma sencilla y rápida para los usuarios, al desplegar una barra de configuraciones entre las que destaca los ajustes al tamaño de la fuente, los contrastes negativos, subrayar enlaces, adecuar los tonos del fondo o utilizar escalas de grises, entre otros.

Por otra parte, también se incorporó BeyondWord (Text-to-Speech), un plugin que permite pasar el texto a audio en las entradas y que da la opción de escuchar el contenido allí publicado. No obstante, estos cuentan con caracteres limitados, por lo cual se destinan principalmente a noticias o publicaciones sobre un artista colaborador. Y el contenido más extenso como son las entrevistas o las premiaciones que involucran un listado de nominados, se graban de forma aparte y luego se publican en la web.



Entrada en Cultumanía que ofrece la opción de escuchar la nota con Beyond Words.

Esto se ha complementado con el desarrollo de un sitio web manual que sigue los lineamientos de *Accesibilidad web en Chile: Guía técnica para la implementación de sitios web*

accesibles, documento que reúne las principales condiciones a cumplir en términos de fuentes, colores, tamaños, audio, entre otros. Así, se ha priorizado por los contrastes entre tonos claros y oscuros, imágenes que cuenten con texto alternativo, entre otros.

Asimismo, respecto al contenido, se instaló Yoast Seo, el cual ayuda a optimizar las publicaciones que se realizan, favoreciendo el posicionamiento web. En esa línea, las principales herramientas que nos ofrece este plugin son el meta-slug, la metadescripción, distribución de subtítulos (H2 y H3), recomendaciones para legibilidad, enlaces, entre otros. A esto, se complementa lo visto en años anteriores respecto a la extensión de párrafos -no más de cinco líneas-, la optimización de las imágenes, la búsqueda de palabras claves, entre otras.



Últimos días para ver la exposición "Pliegues de luz"

En una experiencia híbrida, la exposición Pliegues de luz del artista francés Alain Tergny estará disponible hasta el próximo 23 de septiembre en la sala Gasco (Metro Plaza de Armas).

Entrada

Yoast SEO

- ^ Buenos resultados (11)
- **Enlaces salientes:** ¡Buen trabajo!
- **Frase clave de las imágenes:** ¡Buen trabajo!
- **Imágenes:** ¡Buen trabajo!
- **Frase clave en la introducción:** ¡Bien hecho!
- **Longitud de la frase clave:** ¡Buen trabajo!
- **Densidad de frase clave:** La frase clave objetivo se ha encontrado 3 veces ¡Eso está genial!
- **Frase clave en la metadescripción:** La frase clave objetivo o el sinónimo aparece en la metadescripción. ¡Bien hecho!
- **Longitud de la metadescripción:** ¡Bien hecho!
- **Frase clave usada anteriormente:** No has usado antes esta frase clave objetivo, muy bien.
- **Frase clave en el slug:** ¡Fantástico trabajo!

Panel de Wordpress desde el interior de una entrada publicada.

En tanto, los plugins No Right Click Images y WP Content Copy Protection & No Right Click fueron instalados para proteger el contenido publicado en el sitio web y evitar que las obras de los artistas colaboradores sean descargadas, plagiadas o utilizadas por terceros sin autorización de los autores.

Así, el primero deshabilita la selección y copia de cualquier texto de las publicaciones de Cultumanía, además de prohibir que cualquier página del sitio web sea impresa; mientras que el

segundo inhabilita el menú que aparece al utilizar el botón secundario en las imágenes para evitar que sean descargadas.

También se instaló Google Site Kit para tener información respecto a las métricas del sitio, que complementa a las que ofrece el mismo gestor de Wordpress.

5.6. Estrategia de redes sociales

Paralelamente, se decidió crear una red social como un medio de apoyo en el que se difundan pequeños extractos de las publicaciones del sitio, y contenido propio. Para ello, se eligió utilizar la plataforma de Instagram, debido a que es la cuarta red social más utilizada a nivel mundial, después de Facebook, YouTube y WhatsApp, y la que concentra la mayor cantidad de usuarios entre 24 y 34 años⁴⁰.

En ese sentido, los datos entregados por Cadem en 2022 indicaron que los jóvenes chilenos consideran Instagram como la red social más confiable⁴¹, tomando en cuenta el actual contexto de baja confianza en los medios que aqueja al país. De la misma forma, la plataforma presentó el mayor porcentaje de crecimiento en Chile desde 2020, alcanzando un 59% en 2022 respecto al 35% que presentó en el periodo anterior, y superando en más de 10 puntos las cifras alcanzadas por el crecimiento de Facebook.

Lo anterior cobra relevancia, debido a que Facebook actualmente se posiciona como la red social más usada a nivel mundial, sin embargo, Instagram tiene una proyección de crecimiento mayor para los próximos años⁴², con la que eventualmente podría superar a dicha plataforma.

Al igual que con el sitio web, se realizó una pequeña investigación de aquellas cuentas de Instagram que abordan temas similares al de Cultumanía, a fin de adoptar una estrategia digital que destaque por un tratamiento diferente y entretenido de las publicaciones. Esto debido a que la

⁴⁰ The Global Digital Report 2022.

⁴¹ Cadem (2022). *El Chile que viene: Medios y redes sociales*. Recuperado de <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/02/Chile-que-Viene-Enero-2022-Medios-y-Redes-Sociales.pdf>.

⁴² Insider Intelligence/eMarket (2022). *Latin America Social Network Users 2022*.

plataforma funciona con un algoritmo propio que determina el alcance y los niveles de interacción que puede llegar a tener una cuenta y su contenido.

Así, se identificaron diversas cuentas de proyectos personales, noticias culturales y de difusión de obras, como Músicos de la Calle, Flipnoticias, Cultufem, Cultura 21, Culturizarte y Santiago Adicto, las cuales suelen abordar a la cultura como un producto de consumo rápido, debido a que presentan a los artistas -y en ocasiones sólo sus obras-, sin profundizar en el sentido detrás de éstas y en la trayectoria de cada autor que también influye en sus creaciones.

De esta forma, se decidió adaptar la publicación de contenido a un formato más interactivo, como datos curiosos; presentar obras artísticas en formato de memes; recordar días nacionales importantes, entre otros.

Siguiendo esa lógica, se procedió a buscar un diseño llamativo de plantillas para las publicaciones, que reflejara una mirada fresca hacia la cobertura cultural, además de atractivo para el rango etario de la audiencia objetiva, y fuera acorde con la paleta de colores del sitio web y su logo.

Fue así como se tomó por inspiración los patrones de estilo del canal estadounidense MTV que utiliza colores vívidos para armar una base del diseño que tenga unos toques más juveniles, pensando tanto en el público objetivo como en los artistas emergentes que se pretende apoyar.



Ejemplo de publicación en Instagram y código de colores en Photoshop.

Cabe destacar que el nombre de la cuenta de Instagram es @cultumaniac1 debido a que “Cultumania” ya había sido utilizado por otro usuario, por lo que se decidió agregar el sufijo de Chile para otorgar información rápida a la audiencia sobre el origen y localización del proyecto.

5.7. Desarrollo del contenido

5.7.1. Contenido web

Como se ha mencionado, Cultumanía busca posicionar los contenidos culturales principalmente de mujeres, pero al mismo tiempo que sean emergentes, entendiendo las complejidades que hoy existen para conseguir oportunidades respecto a la distribución y/o circulación de sus obras, al estar recién partiendo en el circuito cultural.

Además, se pretende levantar un tipo de publicación más profunda respecto a este sector en el país, el que habitualmente ha sido observado como panorama -vinculando esto último con la estrategia adoptada para Instagram- y mostrar lo que hay detrás de un trabajo artístico-cultural. Este conjunto se denominará “contenido de elaboración propia”.

Con éste, se pretende potenciar el trabajo de artistas y creadores, mediante entrevistas, noticias, entre otros; cuyos objetivos se detallan a continuación y que responden a la naturaleza del medio de comunicación:

- Entrevistas: Conversaciones que se pretenden tener en su mayoría con creadores para conocer a mayor profundidad sus trabajos, trayectoria, los elementos que componen sus obras, y a expertos de los distintos campos dentro de las disciplinas contempladas. Estas entrevistas serán publicadas como entradas escritas o bien como videos.
- Noticias: Publicaciones que darán a conocer novedades de la cultura nacional e internacional, abordando panoramas, reconocimientos y otras informaciones relevantes.
- Opinión: Publicaciones que darán a conocer la opinión tanto de la comunidad como del equipo editorial frente a diversas temáticas.

De esta forma, el manejo de estos contenidos son discutidos de forma mensual a través de reuniones de pautas, cuyo principal objetivo es determinar y distribuir equitativamente el contenido de las distintas disciplinas, abordando un mínimo de tres publicaciones por semana.

Para ello, se realiza una investigación respecto a temáticas relevantes que visibilicen las problemáticas a las que se deben enfrentar los artistas emergentes y las mujeres en el mundo de la cultura para ser abordadas tanto en las noticias, como desde la voz de los mismos artistas, quienes darán a conocer sus experiencias y opiniones a través de las entrevistas.

De esta forma, los usuarios tendrán un panorama más amplio sobre lo que conlleva ser un trabajador de la cultura, y ser parte de estos procesos creativos que hoy han experimentado diversas transformaciones producto de la pandemia del COVID-19.

Por otra parte, el sitio tendrá un segundo tipo de contenido el cual emana desde los artistas colaboradores, entendidos como creadores que buscando espacios de difusión incluyentes y equitativos, envían sus obras, las que cumplen con las políticas y condiciones de Cultumanía (ver punto 6.7.), previo a la entrega de un consentimiento en el que se nos autoriza la difusión de éstas. En ese sentido, se entregarán más antecedentes sobre los procesos que hay detrás, pensando que toda pieza tiene un artista con una trayectoria cuyas experiencias le han permitido realizar el trabajo, el cual debe ser reconocido y difundido.

Este aspecto de Cultumanía se vincula directamente con la noción de comunidad que se pretende implementar, donde los artistas y el público puedan interactuar, de manera tal que se visibilice el trabajo de los creadores y que esta comunidad adopte un rol activo respecto a la demanda de nuevas prácticas culturales y abogue por la reducción de brechas, resignificando el consumo cultural que hoy se da en Chile.

Y al mismo tiempo, éste pueda responder a los nuevos procesos donde el acceso está mediado por el internet y las plataformas digitales, permitiendo un tránsito de la obra entre un plano a otro: abriendo una puerta para que la obra y la artista sea conocida a través de lo digital, pero que motive a conocerla *in situ* con alguna actividad presencial, sea o no organizado por Cultumanía. (Ver punto 8)

Así, la obra -una vez autorizada su difusión- quedará alojada en la web de Cultumanía, indicándose que existe un consentimiento de por medio, en el cual se ratifica que los derechos le pertenecen al artista, y éste pasará a ser parte de la comunidad colaboradora, ubicándose en un apartado especial que también podrá ser utilizada como una herramienta válida de presentación ante otras instancias culturales en las que deseen participar estos artistas emergentes.

Respecto a la periodicidad, el contenido de colaboración se publicará mensualmente, considerando a un artista para cada disciplina a fin de visibilizar constantemente su trabajo y posicionarlo como un referente relevante en su disciplina.

Cabe destacar que si bien el principal enfoque de Cultumanía es visibilizar a artistas emergentes nacionales, también se incluirán noticias de artistas, eventos y otros sucesos importantes mundiales, ya que por un lado la escena internacional constituye un tema de interés para los jóvenes, por lo cual se transforma en un punto de partida para atraer público y desde ahí mostrar opciones que sean similares, donde se pueda dar a conocer a las artistas emergente.

Y, por otro lado, permite conocer otros estilos y/o mecanismos que utilizan artistas extranjeros que puedan inspirar a aquellos nacionales, además de trazar algunas directrices para levantar oportunidades que velen a favor de los creadores del país.

5.7.2. Contenido redes sociales

En Chile y particularmente enfocándonos en la plataforma de Instagram, las cuentas que se dedican a la difusión cultural suelen abordar a la cultura y a los artistas como un producto de consumo rápido, es decir, desde la exposición de la obra o la presentación de panoramas únicamente. En ese sentido, se planteó abordar una estrategia digital que se centre en profundizar otros aspectos de la cultura, ofreciendo al público un contenido enfocado en el lado más humano de la cultura, siendo éste el principal elemento diferenciador de otras redes.

Esto se realizará mediante la publicación de contenido que sea cercano al público, como la difusión de eventos poco conocidos, idealmente con entradas liberadas y/o levantadas por las municipalidades; y conocer historias o lugares emblemáticos para el desarrollo de las disciplinas

que son el eje de este proyecto, además de mostrar diversas expresiones culturales que se puedan ver en el día a día.

Siguiendo esta línea, las publicaciones en el *feed* y los reel serán los elementos troncales para el desarrollo de la estrategia digital, las cuales serán reforzadas en las historias. En el caso de las imágenes que se suban, éstas proporcionarán los antecedentes respecto al artista, la obra, el evento, o bien, los diversos concursos públicos que surjan y a los que se puedan postular.

En tanto, el uso de reels representa una oportunidad para llegar a una nueva audiencia. Desde su instalación en 2020, este tipo de publicación trae ventajas significativas a las cuentas de Instagram, ya que genera más engagement al aumentar el alcance y abrir la puerta a tener un mayor número de interacciones.

Finalmente, de acuerdo a la contingencia y con motivo de alertar a las y los seguidores respecto a la publicación de nuevo contenido, se utilizarán las historias que tienen una duración de 24 horas. Esta herramienta también se usarán para mantener la comunicación con la audiencia, realizando preguntas sobre su opinión frente a determinado tema, conocer más del público, realizar trivias o encuestas de diversa índole, entre otros.

En esa línea, la interacción que se pueda generar en la red social será un aspecto clave para ver la eficiencia de la estrategia planteada para la visibilización y el impulso de la comunidad, ya que así se podrá determinar si efectivamente ésta forma distinta de hablar de cultura está llegando a las personas.

La cultura se nutre de la interacción e interrelación entre creador-obra-audiencia, y al presentar una manera distinta de entenderla, se generan nuevas oportunidades o mecanismos para que las personas puedan interesarse en ella. Además, de que permite mantener una comunidad viva, que es el pilar fundamental de lo que es el proyecto de Cultumanía.

6. EJECUCIÓN GLOBAL DEL PROYECTO

6.1. Planificación de publicaciones web

Como se mencionó anteriormente, el contenido del sitio web de Cultumanía está planificado y distribuido en una pauta que contempla tres publicaciones a la semana, las cuales son agendadas generalmente para los lunes, miércoles y viernes. Las temáticas, entrevistados, artistas, y fechas de lanzamiento son establecidos en reuniones mensuales que se realizan durante la última semana del mes anterior, a fin de incorporar a la calendarización las pautas más recientes junto con aquellas que se tenían previamente consideradas. (Ver punto 11.1.)

Para ello, en primera instancia se hace una revisión y selección de aquellos eventos relevantes que están programados con meses de antelación, como lanzamientos discográficos, exposiciones llamativas, conciertos novedosos, entre otros, a fin de programar la difusión de éstos en el sitio web en una fecha cercana a la del evento.

Cabe destacar que estos últimos son descubiertos por medio de la revisión de páginas web, redes sociales y *newsletters* de sellos discográficos, centros culturales, fundaciones, organismos gubernamentales y artistas. Lo anterior, entonces, responde a una información genérica que suele ser compartida en medios de comunicación afines.

Por otra parte, y pensando en el contenido que pueda diferenciar a Cultumanía de otros, se levantan pautas propias que responden a la investigación sobre temáticas vinculadas a las artes visuales y a la música, traducándose más tarde en reportajes, notas de opinión, divulgación de datos curiosos y registros audiovisuales únicos del proyecto.

En segundo lugar, se lleva a cabo un proceso de descubrimiento de potenciales artistas colaboradores, priorizando a mujeres emergentes y artistas menos reconocidos, los cuales son contactados para ofrecerles la oportunidad de difundir sus obras en el sitio web e Instagram de Cultumanía y presentarse como artista.

Estas colaboraciones se realizan una vez al mes para cada disciplina artística, y son programadas para ser publicadas con dos semanas de diferencia entre una y otra, a fin de darle el espacio y visibilidad suficiente, y evitar que éste sea opacado por la colaboración de la o el artista de la otra disciplina.

De la misma forma, se programan entrevistas con profesionales y expertos que puedan aportar información relevante sobre el contexto de la música y artes visuales en el país, sus problemáticas y posibles soluciones. Por ejemplo, estadísticas de las brechas de género, proyectos y fondos culturales financiados por el Gobierno, entre otros, a fin de darles mayor visibilidad y concientizar a la comunidad de Cultumanía que no necesariamente se encuentra familiarizada con este tipo de temáticas.

Para ello, primeramente se realiza una investigación previa sobre un tema en particular a abordar, considerando su relevancia, que sea acorde con las líneas programáticas del proyecto, y su relación con los artistas a los que les da difusión. Posteriormente, se lleva a cabo un proceso de búsqueda de fuentes confiables expertas y entendidas en la materia, a fin de contribuir con una nueva perspectiva, basada en información nueva o que surge de la experiencia laboral que otros usuarios no poseen.

Junto con lo anterior, se acudió a diversos lugares como inauguraciones, exposiciones y otros eventos similares donde participaban los entrevistados, a fin de entregar mayor contexto a los lectores de Cultumanía y enriquecer el contenido periodístico.

Cabe destacar que tanto los artistas colaboradores como las personas entrevistadas, son contactadas mediante correo electrónico, donde se les informa que Cultumanía forma parte de un proyecto de memoria de título de la Universidad de Chile, por lo que se les solicita firmar un consentimiento que autorice a incorporar sus declaraciones, tanto en el informe mencionado, como en el sitio web e Instagram de Cultumanía.

En el caso de los artistas colaboradores, el consentimiento incluye un apartado en el que la persona otorga su autorización para difundir algunas de sus obras en el sitio web e Instagram, siempre que se señale su autoría. (Ver punto 11.2.)

6.2. Línea editorial

Cultumanía pretende ser un medio de comunicación en el que tanto artistas como aquellas personas con intereses en la música y artes visuales, puedan acceder a información confiable y contenido de calidad. Es por ello que se establecieron ciertos lineamientos, tomando en consideración al público objetivo de Cultumanía y sus intereses, para que todo el contenido publicado en el sitio web y redes sociales refleje los valores e identidad del proyecto.

Como se mencionó en un apartado anterior, el proyecto pretende enfocarse en un público principalmente joven, razón por la cual se decidió utilizar un estilo de redacción semi formal y sencillo que resulte llamativo para los lectores y les sea fácil de entender. En ese sentido, se evitará utilizar tecnicismos y palabras complicadas que dificulten la comprensión del texto y lentifique la lectura del mismo.

Por otro lado, las frases que contengan garabatos sólo serán utilizadas cuando formen parte de las declaraciones de algún artista colaborador u otra persona entrevistada en un contexto no ofensivo, y nunca serán enunciadas en los titulares ni bajadas.

En ese sentido, Cultumanía se posiciona desde la imparcialidad periodística en la elaboración de noticias, entrevistas y publicaciones sobre artistas colaboradores, respetando la transparencia de la información y la veracidad de los hechos. De esta forma, se evitarán frases con inclinaciones políticas, religiosas o de otra índole, a menos que pertenezcan a opiniones emitidas por los artistas colaboradores u otras personas entrevistadas.

Sin embargo, el medio podrá emitir opiniones en editoriales frente a determinados temas de la contingencia, las cuales serán publicadas de forma excepcional en la web y se dejará en el apartado lateral de la página consignado como “Opinión”.

Asimismo, Cultumanía aboga por el respeto, la ética y la moral en la publicación de sus contenidos, por lo que se evitará cualquier tipo de discriminaciones, sesgos, discursos de odio u otras frases y/o expresiones maliciosas similares que puedan atacar la dignidad e integridad de otros, lo cual también es parte de las exigencias a los artistas colaboradores a la hora de publicar sus contenidos, según los lineamientos establecidos en las políticas y condiciones de Cultumanía que se revisan en el apartado 6.7. correspondiente a las consideraciones éticas.

Para la elaboración del contenido periodístico, se seguirá la estructura de la pirámide invertida de manera que el lector pueda encontrar los datos más relevantes al inicio del texto y mantenga su interés a medida que adquiera información complementaria en los párrafos subsiguientes.

Siguiendo esta misma lógica, se decidió adoptar una redacción optimizada para la web, que se enfoca en elaborar noticias breves, con párrafos cortos y frases relevantes destacadas, de manera que el lector pueda entender de qué trata el texto al realizar una primera lectura.

6.2.1. Licenciamiento y especificidades técnicas de recursos gráficos, audiovisuales y música

Todo tipo de recurso gráfico que sea utilizado en el contenido periodístico de elaboración propia, como imágenes, fotografías, dibujos, e incluso videos y audios, corresponderá a material obtenido a través de suscripciones a bancos de imágenes pagados, como Canva, o en su defecto, bajo licencias Creative Commons de uso público o que requieren atribución.

Esto último también se realizará en las publicaciones de los trabajos de los artistas colaboradores, donde habrá un apartado específico que indique al autor del contenido, y que éste autorizó a Cultumanía a través de un consentimiento informado para su difusión en el sitio web e Instagram.

En cuanto al uso de imágenes para el sitio web, se procurará que éstas cumplan con las dimensiones que mejor se adecúan al tema instalado en Wordpress, las cuales corresponden a 1400 x 800 píxeles en el caso de las imágenes destacadas (o principales) de cada publicación. Mientras que aquellas que sean utilizadas para Instagram, se aplicará una plantilla de 1080 x 1080 píxeles a fin de que se puedan visualizar en una buena calidad y resolución.

6.3. Publicación de contenido en la web y uso de categorías

En el sitio web, uno de los objetivos principales era generar un contenido que pudiera situar el trabajo de las mujeres y de los hombres en un mismo lugar. Así, en el caso del contenido de colaboración cerca de un 78% de este tipo de publicaciones corresponde a mujeres, lo cual se establece como un punto de partida para ir desarrollando un espacio cultural incluyente y equitativo, al posicionarlas primero a ellas.

Asimismo, una de las temáticas a desarrollar era la concepción de que la cultura no se trata únicamente de panoramas, sino que hay más aristas que abordar como puede ser el ejercicio de una profesión y/o técnica (restauraciones); abordar los éxitos de algunas artistas y situarlas como referentes; exponer a artistas olvidadas o hablar sobre el uso de determinados dispositivo como las cámaras análogas o vinilos; lo que se sumó a diversos artículos y publicaciones que buscaban concientizar y educar en torno a la brecha de género. Así en esta cobertura, las publicaciones relacionadas a panoramas fue de únicamente 30%.

Para este contenido propio, éste siguió una estructura básica de párrafos e imágenes (optimizadas) y se utilizaron categorías que permitieran la ubicación del contenido en sus respectivas secciones, además de hacer referencias al tema tratado en la publicación. Se considera además las categorías de Lo último, para que pueda ser de rápido acceso; y se utiliza Destacado cuando el contenido es entrevista, algún artículo de opinión o explicativo de algún tema, entre otros.

Para el contenido emanado por los artistas colaboradores, se crearon dos categorías: Colaboración y Entrevista de colaboración. Ambas van en línea con las dos publicaciones que se le ofrecen a éstos, consistentes en una publicación de exhibición (contenido de colaboración) y una entrevista, esta última opcional dependiendo de los tiempos o interés del artista.

En la primera, se realiza una publicación donde se presenta brevemente al artista colaborador, alguna explicación sobre su trabajo o sí mismo, y luego la obra.

En el caso de Música, se inserta la canción en un formato MP4 a fin de contar con la carátula de ésta, lo cual suele ser proporcionado directamente por el artista colaborador, o bien se descarga desde YouTube.


En el caso de Artes Visuales, se inserta una galería donde se alojan alrededor de 5 a 10 imágenes de la obra compartida por el artista colaborador del mes, la que puede ser parte de una colección o trabajos independientes (como ocurre en el caso de la fotografía).

Luego de esto, se inserta un cuadro de color donde se indica que el contenido es de colaboración, y que la publicación se da tras la firma de un consentimiento informado que sólo autoriza a Cultumanía a difundir el trabajo artístico cultural, y que los derechos de autor recaen en la persona indicada en la publicación (artista colaborador).

[Estás aquí](#) Inicio » Música » Anto Pierret: Conoce a la nueva artista chilena

Anto Pierret: Conoce a la nueva artista chilena

▲ Valentina Cuello Trigo




Anto Pierret es una cantante de pop rock alternativo cuyos referentes son grandes artistas como Taylor Swift, Francisca Valenzuela y Dulce y Agraz. Una artista que hace pocos meses decidió profesionalizar su música, haciendo su debut discográfico durante el año 2022.

Sumando cerca de mil oyentes, Anto Pierret ha lanzado tres canciones que conforman el EP «Más allá»: Más Allá, Amor y Esa es la verdad, presentando este último en Cultumanía.

En la [entrevista](#) con Cultumanía sobre su música, la [nueva colaboradora](#) señaló:

No hace mucho que empecé a escribir mi música, mis canciones, entonces igual todavía no encuentro tal vez mi estilo, porque a veces no tiene una idea pero va surgiendo de a poco algo distinto, pero sí hay ciertas como influencias que tengo que quisiera seguir. Me gusta más como la música balada, siempre cantado, algo más alternativo, como medio pop rock. Entonces me gustaría como seguir esa línea.

¡Escucha la última canción de esta artista nacional!



Este contenido es de colaboración y pertenecen a la autora señalada en la publicación, quien manifestó su consentimiento para la difusión del material en Cultumanía.

Publicación de colaboración. Fuente: Cultumanía.

Por otra parte, también se da la posibilidad a los artistas colaboradores a realizar una entrevista, donde puedan abordar en mayor profundidad su trabajo, sus motivaciones y proyecciones para conocer más del artista, siendo el caso de los artistas colaboradores musicales quienes más demuestran interés por este tipo de publicación.

Así, este tipo de contenido utiliza alrededor de 6 etiquetas: colaboración, disciplina artística (música o artes visuales), área específica (Folclórica, Clásica, Popular, Fotografía, Ilustración, entre otras); además de artista emergente, artista chilena y el nombre del artista colaborador.

Considerando el diseño de la página web, se tomó la decisión de que las entrevistas a los artistas colaboradores formaran parte del contenido destacado del sitio, utilizando las respectivas categorías “Entrevista de colaboración” y “Destacado” para que los usuarios puedan leer más sobre ellos, quedándose allí hasta la publicación de la siguiente colaboración del área.

Sin embargo, se prescinde de la categoría Colaboración, con el objetivo de evitar una redundancia y saturación para el usuario al ver un contenido tan similar y referente a la misma persona, considerando que hay un apartado específico en la página principal -además de su propia página a la que se puede acceder desde el menú superior- de los artistas colaboradores. Y es por esta misma razón que el contenido no figura en el apartado destacado.

6.4. Lógica SEO

En la actualidad existen diversos medios de comunicación o sitios web dedicados a la cultura, lo que implica una gran cantidad de contenido circulando y que debe ser clasificado por los distintos algoritmos para arrojar resultados en torno a las consultas que los usuarios realizan al momento de navegar por la web.

En ese sentido, utilizar la lógica SEO (Search Engine Optimization), entendiendo ésta como una técnica de escritura optimizada para los buscadores, y que además contempla el uso de imágenes e hipervínculos, es una herramienta clave al momento de entregar visibilidad a los sitios web en las búsquedas orgánicas, es decir, las consultas que realizan los usuarios en Google, Yahoo, Bing, entre otros, para obtener información.

En el caso de Cultumanía, esta lógica se desarrolló tomando en cuenta las siguientes indicaciones:

- Encabezados (H1) que tuvieran entre 55 a 60 caracteres (entrevistas son la excepción).
- Metadescripción con un máximo de 156 caracteres.
- Uso de al menos 2 enlaces internos, es decir, hipervínculos que pudieran ser de interés al usuario y que pudiera dirigir a otras publicaciones de Cultumanía.
- Uso de al menos un enlace externo, como es el caso de instituciones, documentos, entre otros.
- Uso de imágenes con un peso inferior a 150 KB y que llevaran en el nombre del archivo una palabra clave.
- Una redacción distribuida en párrafos breves de no más de cinco líneas, con destaque de aquella idea o elemento principal.
- Distribución de la palabra clave con una densidad no mayor al 2% en relación a la extensión del texto.
- Uso de encabezados y subtítulos (H1 y H2) para ayudar a la lectura.

Lo anterior se vio reforzado con el uso del plugin Yoast SEO que constituyó una herramienta tanto de diagnóstico y de aprendizaje en las primeras etapas de la escritura de los contenidos, puesto que indicaba aquellos puntos a mejorar, los que al ser corregidos daban cuenta de que el contenido ya se encontraba totalmente optimizado, lo que más tarde implicó que estas recomendaciones fueran aplicadas de forma automática a medida que se trabajaba en más contenidos.

Esta estrategia permitió que algunos contenidos de Cultumanía pudieran ubicarse entre las primeras cinco posiciones en los motores de búsquedas, o *snippet*, nombre que se utiliza para denominar la unidad compuesta por el título y la descripción.

De acuerdo a los estudios de consultoras como GE Capital Bank, el 90% de los usuarios dan clic a los primeros 3 *snippet*, y bajo esta premisa, ya se ha conseguido que una primera colaboración -que constituye el tipo de publicación más importante para el proyecto en términos de darle visibilidad y que tengan una vitrina de su trabajo- logra enmarcarse dentro de estas preferencias.

The screenshot shows a Google search for "javiera rice". The search bar is at the top with the Google logo on the left and search icons on the right. Below the search bar are navigation tabs for "Todos", "Imágenes", "Videos", "Noticias", "Maps", "Más", and "Herramientas". The search results indicate approximately 274,000 results found in 0.34 seconds. The first result is a link to "cultumania.cl" with the title "Conoce a Javiera Rice: Artista visual y fotógrafa", dated June 30, 2022, and a small profile picture of Javiera Rice. The second result is a link to "mobile.twitter.com" for "@JavieraRice", titled "javiera rice piña (@JavieraRice) / Twitter", with a brief bio and a small profile picture. Below these is a section titled "Imágenes de javiera rice" which displays a carousel of five images: a portrait of Javiera Rice, a collage of insects, a detailed drawing of a beetle, a branch with leaves and insects, and another drawing of a beetle. A "Ver todos" button is located below the carousel. The final result is a link to "www.tiktok.com" for "@rice.javiera", titled "Mira los últimos videos de Javi Rice en TikTok", with a bio mentioning "Universidad Finis terrae".

Publicación de colaboración de la artista visual Javiera Rice.
Posición 1 en el motor de búsqueda de Google al 11 de diciembre de 2022. Fuente propia.

6.5. Campaña de difusión

Tras la construcción del sitio web y el lanzamiento de la cuenta de Instagram para la difusión de los contenidos y la propuesta colaborativa, se buscaron alternativas que en una primera instancia no involucrara una inversión sustantiva en publicidad, y que pudiera funcionar de forma complementaria a las publicaciones que se realizaran en estos dos espacios (web y redes sociales).

De esta forma, se decidió implementar una campaña de difusión en terreno que pudiera atraer a una mayor audiencia, y que además dejara abierta la invitación a aquellos artistas emergentes y de bajo perfil, entendiéndose esto como encontrarse en las etapas tempranas de su carrera.

Una primera parte de la campaña consistió en imprimir una serie de adhesivos con un código QR que llevara a la cuenta de Instagram de Cultumanía y pegarlos en distintos puntos de Santiago (paraderos, murallas, barandas, entre otros), puesto que en muchas ocasiones cuando las personas están esperando a cruzar o a tomar el transporte, se distraen mirando alrededor y/o el teléfono.

En esa línea, el objetivo de esta iniciativa fue, en primer lugar, llamar la atención principalmente de quienes realizan algún tipo de trabajo en música o artes visuales para que pudieran sumarse a la comunidad; y en segundo lugar, motivar a las personas a conocer el proyecto.

En ese sentido, se obtuvo el código QR -una modalidad que comenzó a implementarse desde 2020 como un mecanismo más ágil al momento de compartir perfiles, que más tarde se hizo extensivo a distintos tipos de publicaciones- que genera la aplicación, para luego usarlo de base para elaborar un diseño que fuera acorde tanto a la paleta de colores como al tema sobre el que se articula el proyecto.

Así, se elaboró un diseño en torno a los colores morados y azules con elementos alusivos a las dos áreas que se trabaja en Cultumanía: artes visuales y música, con un lienzo y un pentagrama con notas musicales, ambos con opacidad entre 20% a 30% para que no dificultara la lectura de la invitación que se realiza a los artistas.



PALETA DE COLORES

@cultumaniacl

#A342CA

#B876D6

#4679E1

#43B1F1

#FBE9F1

Código QR de Cultumanía y código de colores en Photoshop.

En consecuencia con lo anterior, y al evaluar diversas convocatorias de municipalidades con sus corporaciones o departamentos en el área, además de las locaciones donde se sitúan algunos de los centros o espacios culturales más grandes y/o importantes en la capital, se imprimieron más de 80 stickers para la intervención que se realizó en las comunas de Santiago, Recoleta, El Bosque, La Florida, Estación Central, Quinta Normal, Las Condes, y Providencia, pegando los adhesivos en distintos semáforos, paraderos, postes, entre otros.

De igual forma se pegó en las ventanas de transporte público, como fue el caso de la línea 211, G05, 271 y se repartió a artistas que tocaban al interior del metro de la línea 4 que recorre Tobalaba-Plaza de Puente Alto.



Campana de difusión llevada a cabo en distintos puntos de Santiago. Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se realizó una búsqueda activa de artistas que muestren su arte y/o trabajo cultural en las calles o bien el resultado de éstas, por ejemplo, murales cuyas intervenciones enriquezcan el patrimonio de los barrios. Con ello se implementó en Instagram el hashtag #CazaAristasenCultumania, el cual consistía en subir historias en el momento, mostrando que la cultura está en el día a día, y motivando a la audiencia a salir y encontrarse con ella.



Historias con #CazaArtistaEnCultumania para Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Además de ser congruente con la premisa que sostiene y diferencia las redes sociales del proyecto en cuanto a evidenciar que la cultura no es sólo un panorama, este tipo de publicación por lo general suelen ser las que tienen mayores visualizaciones e interacciones.

6.7. Consideraciones éticas

La comunidad de Cultumanía pretende ser un espacio seguro en el que tanto artistas como aficionados de la cultura puedan acceder y disfrutar del contenido relacionado a la música y artes visuales, principalmente de Chile, pero también sobre aquellos sucesos relevantes a nivel internacional.

Por otro lado, uno de los principales objetivos de Cultumanía es ser una plataforma de difusión y promoción principalmente de artistas emergentes mujeres, operando como un espacio colaborativo en el que estos puedan dar a conocer sus obras y a sí mismos como creadores.

En ese sentido, desde Cultumanía valora la creatividad, autenticidad y libre expresión que cada artista colaborador puede aportar junto a sus obras, siempre y cuando se cumpla con aquellas normas que velan por la ética, la moral y el respeto de la línea editorial. Así, el contenido que se publique en Cultumanía -cualquiera sea su origen- será uno que se levante desde el respeto, abogando por una comunidad libre de discriminaciones, no sexista, y de conciencia social.

Es por ello que quienes deseen participar como artistas colaboradores o hayan sido seleccionados para esto, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Ser de nacionalidad chilena o ser residente en Chile y tener al menos 18 años cumplidos a la fecha de publicación de sus trabajos artísticos. Aquellos menores de edad que deseen dar a conocer sus obras deberán contar con un permiso firmado por sus padres o tutores, en el que se indique que autorizan a sus hijos a divulgar sus trabajos en el sitio web e Instagram de Cultumanía, sin perder sus derechos sobre ellos.

Las obras a publicar deben ser exclusivamente de autoría del artista colaborador y no se aceptarán obras que infrinjan los derechos de propiedad intelectual de terceros, como falsificaciones o infracciones de derechos de autor, a menos que se cuente con la autorización

explícita del autor correspondiente, en cuyo caso se informará al momento de publicar el contenido de colaboración.

Asimismo, las obras no podrán contener discursos de odio o que caiga en discriminaciones -vale decir, ataques personales, amenazas, acoso, expresiones que caigan en estereotipos, o insultos por raza, etnia, nacionalidad, edad, religión, orientación sexual, identidad de género, discapacidad o algún tipo de enfermedad-; ni incitar a cometer actos peligrosos, suicidas o ilegales, incluyendo la promoción de armas blancas o de fuego, drogas ilícitas o mal utilizadas, y promover trastornos alimenticios.

La expresividad en el mundo del arte se puede manifestar de diversas maneras. Sin embargo, el contenido publicado en Cultumanía pretende ser accesible para todas las edades, por lo que las obras de colaboración no podrán contener desnudos explícitos, ni contenido pornográfico, ni tampoco aquello que pueda herir la sensibilidad de algunas personas, como escenas sangrientas ni actos despiadados o sádicos, dirigidos tanto a personas como a animales.

Cabe destacar que los trabajos artísticos no podrán contener ninguna de las características descritas anteriormente de forma explícita ni subliminal.

Consentimiento informado y ética periodística

Una vez aprobadas las obras a publicar como colaboraciones, el equipo de Cultumanía enviará un consentimiento informado al artista, en el que se otorga autorización para divulgar el trabajo artístico que desee compartir, sin perder sus derechos ni autoría sobre su trabajo, ya que sólo constituye una manifestación de su voluntad para que éste sea publicado en el sitio web e Instagram de Cultumanía, con todas las atribuciones correspondientes.

En ese sentido, la publicación de cada obra de los artistas colaboradores contarán con un apartado en el que se indique que el autor tiene todos los derechos de la obra y que existe un consentimiento informado que permite la divulgación de ésta en el sitio web e Instagram de Cultumanía.

Es por ello que queda prohibido la copia y distribución de las obras de los artistas colaboradores alojadas en el sitio web e Instagram de Cultumanía por parte de terceros, ya que el

hacerlo constituye una falta a la ética y/o una infracción a la Ley 17.336 de Propiedad Intelectual y sus respectivas modificaciones.

En el caso de que algún contenido de colaboración cause algún detrimento a la integridad psíquica, moral de los usuarios y tras la evaluación del caso, el equipo de Cultumanía se reserva el derecho de eliminarlas. Asimismo, si se reciben denuncias o exista una investigación en curso contra algún artista colaborador, el equipo removerá cualquier contenido relacionado a su autor y emitirá un comunicado para informar a la comunidad.

En caso de que algún artista colaborador solicite eliminar las publicaciones de sus obras o cualquier contenido relacionado a su persona, el equipo de Cultumanía se pondrá en contacto con ésta para revisar la situación, y posteriormente procederá a bajar el contenido de las plataformas digitales, cuando así lo requiera el caso.

En cuanto a las personas que sean entrevistadas por el equipo de Cultumanía para la elaboración de contenido periodístico, al momento de ser contactadas se indicará que se trata de una entrevista con el objetivo de ser publicada, por lo cual al momento de recibir una respuesta positiva de estos, se entenderá que están de acuerdo con lo expuesto.

Además, al momento de reunirse con los entrevistados, se solicitará una autorización para grabar la conversación y se indicará que si desean entregar alguna información específica que no sea publicada, el equipo de Cultumanía pondrá mantener la reserva de estos dichos amparándose en la Ley 19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo.

Transparencia

Los productos periodísticos publicados en el sitio web e Instagram son elaborados por el equipo de Cultumanía, a través de un proceso de investigación propio. En aquellos formatos donde es necesario el uso de fuentes personales, sólo se utilizarán los dichos dados por las personas con su previa autorización. En tanto, en el caso de fuentes documentales, en todo momento será señalado el origen de la información en caso de ser pública, o señalando a quién pertenece con previa consulta respecto a permisos sobre el uso de material.

Esto último apunta especialmente a los recursos gráficos o visuales como imágenes, fotografías, entre otros. En tanto, el contenido que sea realizado por el equipo estará dado por el uso de materiales bajo licencia Creative Commons de uso público o aquellos que se obtengan de bancos de imágenes pagados, tal como se explicó en el apartado 6.2.1.

En cuanto al contenido de colaboración, Cultumanía priorizará aquel elaborado por mujeres emergentes, de acuerdo a la línea editorial del sitio web. Asimismo, Cultumanía se reserva el derecho de publicar el contenido de colaboración en las fechas que estime conveniente -posterior al lanzamiento oficial de la obra- debido a que el consentimiento informado no establece un plazo de caducidad ni un periodo específico para la publicación de las obras de los artistas colaboradores. Por lo mismo, las obras quedarán alojadas de forma permanente en el sitio web de Cultumanía, siendo una plataforma y/o vitrina válida a exhibir por los artistas colaboradores ante otras entidades.

Todas estas consideraciones se encuentran consignadas en la página web de Cultumanía en el apartado Políticas y Condiciones, donde también se encuentran consignados los requisitos técnicos para la difusión de las obras de los artistas colaboradores, y al cual se puede acceder desde la página de Nosotros.



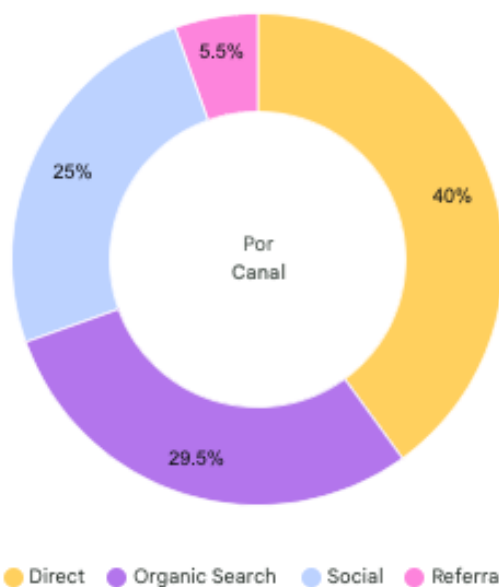
Página de Políticas y condiciones. Fuente: Cultumanía.

7. MÉTRICAS

El proyecto de Cultumanía abordaba dos espacios para su desarrollo: un sitio web y una red social. En este sentido, la principal preocupación era el establecimiento y consolidación de un medio de comunicación digital que pudiera abordar la brecha de género existente en el sector de la cultura, al levantarse como una plataforma de visibilización para artistas emergentes, especialmente, mujeres, lo cual puede ser evaluado a partir de las métricas, es decir, las cifras que dan cuenta del rendimiento de las distintas estrategias aplicadas tanto al sitio como a la cuenta de Instagram.

7.1. Métricas del sitio web

Al momento de pensar el nombre del proyecto, se buscaba que además de ser algo representativo del área al que se circunscribe, también fuera fácil de recordar, a fin de que los usuarios pudieran aprenderlo e ingresar directamente a la web, cada vez que quisieran revisar alguna actualización.



Tráfico según canal. Fuente: Kit Site - Google Analytics.

En ese sentido, esta intención se logró, puesto que al revisar las métricas referentes a los canales utilizados para ingresar al sitio, hay una predominancia del acceso directo con un 40% del total del tráfico, seguido por la búsqueda orgánica⁴³ con un 29.5%, el cual va de la mano con la estrategia SEO y la difusión del contenido de nuevos artistas que poco a poco se han ido transformando en figuras más reconocidas en la escena nacional, además de la publicación de notas interesantes, informativas y que muestran otros aspectos de la cultura.

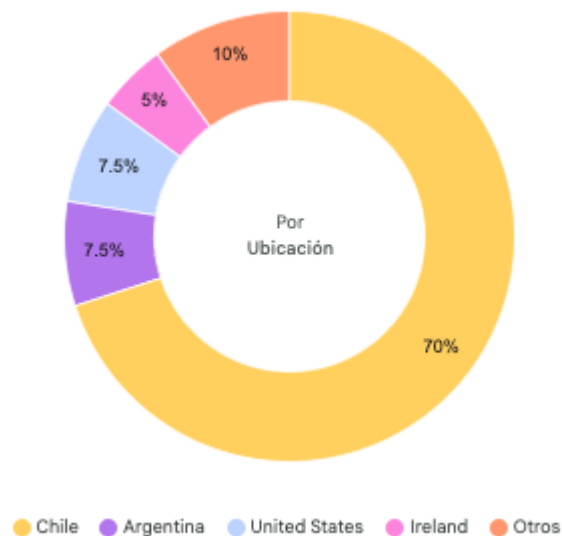
También se constata que los usuarios acceden a Cultumanía a partir de las redes sociales, demostrando que quienes conocen el proyecto a través de la plataforma de Instagram se interesan por éste y desean conocer más de él, dirigiéndose al sitio web. Finalmente, algunos usuarios llegan a través de los enlaces de redes sociales como Tap.bio y o desde Gmail, vía donde suele enviarse el contenido una vez publicado en la web y que pertenece a artistas colaboradores. Esto queda representado por el canal Referral con el menor porcentaje dentro de ellos.

De esta forma, desde el lanzamiento del sitio a la fecha de entrega de este informe se alcanzaron más de 600 usuarios con alrededor de 1500 visitas, de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por Wordpress. Tomando en cuenta que Cultumanía es un sitio web que comenzó la construcción de su página y sus redes en abril, y que recién pudo consolidarse como una comunidad cultural para artistas y las personas interesadas en este sector en julio, los números dan cuenta de un trabajo paulatino que se ha desarrollado en torno a ella, mostrando la obra de los y las artistas, abordando otro tipo de noticia que no se remita únicamente a los panoramas, sino que realizando entrevistas que permitan concientizar en torno a las brechas de género que existen en la cultura, de manera tal que desde el mismo público surjan mecanismos que puedan ayudar a la equidad, entre otros.

Así, los contenidos más visitados fueron la entrevista realizada a Maricel Gómez de la Errechea; la colaboración de Javiera Rice, quien trabaja con una forma de arte muy particular correspondiente a las figuras en miniaturas; la nota sobre las cuatro restauraciones del arte en la cual a través del humor se busca revitalizar el trabajo que realizan los profesionales; y la ilustración de Lukas Bravo, quien trabaja con la historia y el folclor del país.

⁴³ Se refiere al resultado de las consultas que se hacen en motores de búsqueda, sin necesidad de publicidad de pago.

En esa línea, Cultumanía es un sitio que está siendo visualizado, mayormente, por los residentes de Chile, generando que la cultura nacional pueda ir penetrando aún más en el colectivo, y que también pueda ir externalizándose al llegar a otros países como es el caso de Argentina, que se encuentra en la segunda posición respecto a la ubicación geográfica de los y las visitantes.



Ubicación de lectores. Fuente: Google Analytics

Por otra parte, el sitio web logra mantener la atención de quienes visitan la página, no solo por las conclusiones que fueron posible obtener gracias a los tests de usabilidad (ver punto 5.5.3.), sino también con el *bounce rate*⁴⁴ o tasa de rebote. En el caso de Cultumanía, es de interés que los usuarios puedan abrir nuevas páginas a partir del contenido que se encuentra a su disposición, independiente del canal por el que se acceda (directo, búsqueda orgánica, redes sociales), y aquello implica que se busque obtener una tasa de rebote menor.

Para el análisis de esta métrica se consideraron los parámetros mencionados por Semrush. Allí se estipula que una tasa de rebote es baja cuando las cifras varían entre el 41% y 55%; mientras que la tasa es alta cuando los porcentajes alcanzan entre el 56% al 70% de rebote. Así, una tasa

⁴⁴ La tasa de rebote se calcula cuando una persona entra en el sitio web o alguna de las páginas de éste, y la abandona sin haber interactuado con ella.

óptima se considera entre el 26% y 40%⁴⁵, margen en el que se encuentra la tasa de rebote de Cultumanía con un 37.50%.

Esto es concordante con el flujo de los usuarios, pues según las estadísticas de Google Analytics, una vez los usuarios llegan a la página principal se mueven hacia nuevos apartados disponibles en las secciones de artistas colaboradores, música o artes visuales, para luego moverse a un segundo contenido o interacción -como se denomina en Google Analytics- y sólo entonces abandonan el sitio.

Asimismo, existe una fidelización de una parte del público que se traduce en casi un 14% de los usuarios que se transforman en visitantes recurrentes, mientras que alrededor del 86% se pueden observar como nuevos visitantes.



Gráfico de visitantes. Fuente: Google Analytics.

⁴⁵ Lahey, Connor. *¿Qué es la tasa de rebote y cuándo es buena?*. Disponible en: https://es.semrush.com/blog/tasa-de-rebote/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_Core_BU_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=515715314568&kwid=dsa-1064844086330&cmpid=11816984086&agpid=115746094558&BU=Core&extid=23623707985&adpos=&gclid=Cj0KCQiA-JacBhC0ARIsAIXybyNYOgUxao5-SqfZhkTAbdUqw7nox4Tz3rA7Qd4fgpbAPAHfHD6uiYMaAhbREALw_wcB

En tanto, la duración promedio de la sesión es de 2 minutos con 16 segundos, una cifra que coincide con el tiempo que demora leer cada noticia publicada y parte de las entrevistas realizadas en el sitio. Esto, si se considera la duración de cada audio que lee las publicaciones hechas, los cuales fluctúan entre 1 minuto y medio a 2 minutos 25 segundos en el caso de las primeras, y de 6 a 8 minutos en el caso de las entrevistas.

Respecto a los dispositivos, aunque los porcentajes entre computadores y celulares son similares, hay una diferencia del 0,9%, que evidencia que hay un mayor acceso a través del teléfono. Si bien no hay datos generados por Analytics que así lo corroboren, se puede inferir la relación establecida entre el rango etario del público objetivo del proyecto con la tendencia que se evidencia en la gráfica. Lo anterior, considerando que son los jóvenes quienes utilizan con mayor frecuencia el teléfono, al tener una relación casi evolutiva con la tecnología que ha propiciado una estabilidad y disponibilidad casi instantánea para éstos⁴⁶.



Ingreso a la página por dispositivo. Fuente: Google Analytics

⁴⁶ Ramírez, Alberto (2019). *Uso, efectividad y limitaciones del teléfono inteligente en la educación superior*.

7.2. Instagram

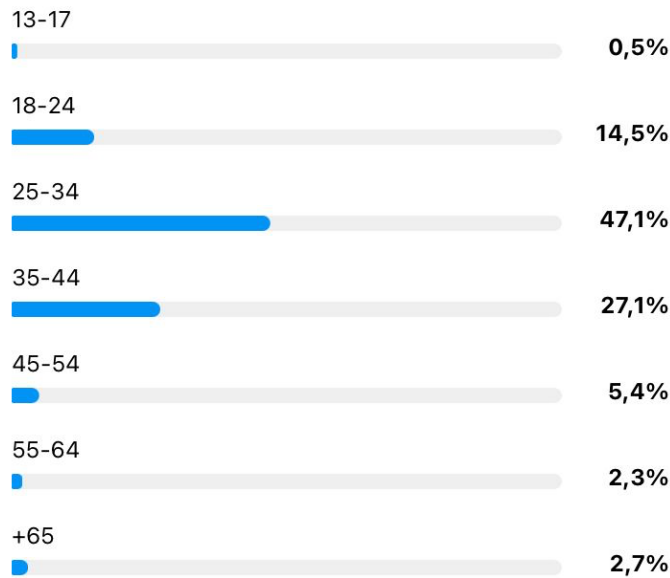
Una de las decisiones del equipo de Cultumanía respecto a redes sociales fue mantener una única red concentrada en Instagram, en la cual se decidió enfocar el contenido hacia una interacción con los seguidores, además de mostrar temas vinculados a distintas actividades culturales, el trabajo de los y las artistas que han colaborado con Cultumanía, entre otros.

A la fecha, Cultumanía cuenta con 796 seguidores y 48 publicaciones en el perfil distribuidas entre imágenes y reels, lo cual respondió a una primera estrategia (ver punto 5.6.). Del análisis de los seguidores se puede concluir que existe una mayoría de mujeres, lo cual es concordante con el perfil usuario planteado en el punto 5.3.



Distribución de seguidores según sexo. Fuente: Instagram.

Asimismo, respecto al rango etario de los seguidores se puede dar cuenta que existe una predominancia en el segmento que comprende 25 a 34 años, seguido por quienes tienen entre 35-44 años; y finalmente de 18-24 años, lo que se replica tanto para mujeres como para hombres. De esta forma, el objetivo respecto a llegar a jóvenes de 25 a 34 años se cumple y responde al análisis realizado previamente sobre el consumo de redes sociales en el país. Asimismo, los seguidores de Cultumanía están ubicados principalmente en Santiago y Concepción, y en general existe una predominancia de las regiones del sur del país.



Rango etario de seguidores. Fuente: Instagram.

Realizada la caracterización de los seguidores, cabe señalar que uno de los contenidos más exitosos de esta red y que convocó a más personas, fue un reel en el cual se hizo un recorrido por 3 centros culturales gratuitos, lo que generó un alto nivel de interacción y alcance en la comunidad, quienes además expresaron su interés por ver una segunda parte y realizaron preguntas en torno a los lugares visitados. Así, se alcanzó a 15.551 cuentas con 15.486 reproducciones.

En el Día Internacional del Museo, fuimos a tres...

Molchat Doma · Судно (Борис Рижий)
18 de mayo · Duración 1:00

15486 794 6 218 268

maru_miau y el museo de la memoria? o ese no es gratuito 😊
28 sem Responder Enviar

cultumaniaci @maru_miau Sii, pronto haremos una segunda parte con más museos! 🤗
28 sem 3 Me gusta Responder ..

valederojas @cultumaniaci gracias!
28 sem 1 Me gusta Responder ..

Ocultar respuestas

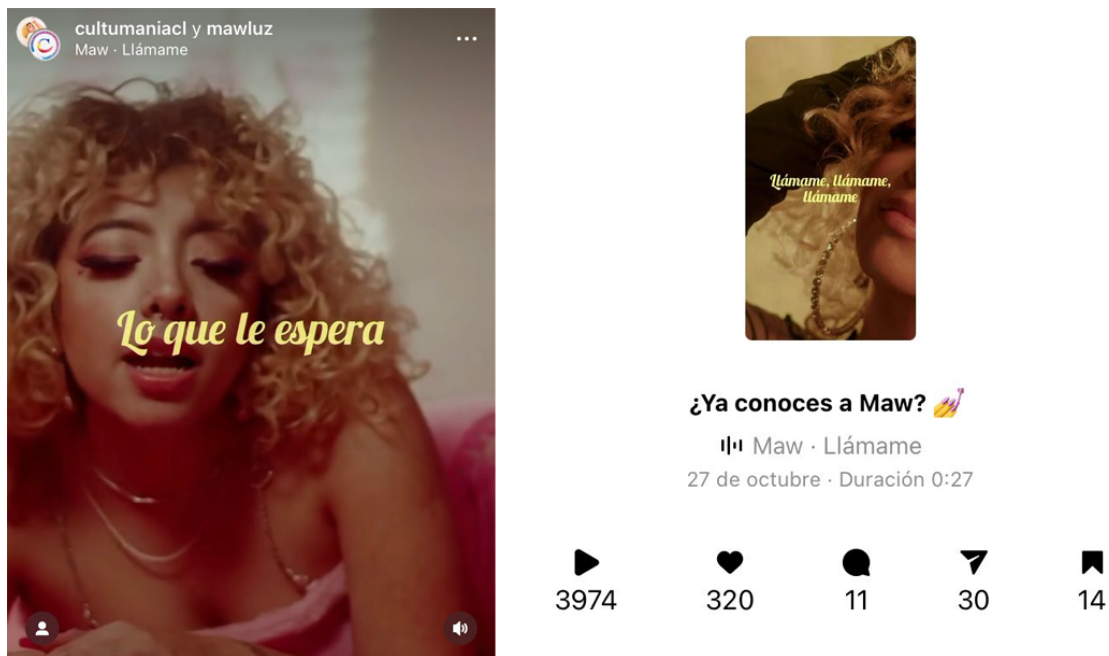
natta_c4vieres Di game que no están pidiendo el pase de invesiiiiiiida por favor? Por que el mall no lo piden y voy todos los días!
28 sem Responder Enviar

cultumaniaci @natta_c4vieres Sólo en el Museo de Bellas Artes. Se supone que en el Centro Cultural de La Moneda también, pero a nosotras no nos pidieron
28 sem 1 Me gusta Responder ..

Estadísticas de reel. Fuente: Instagram.

Por otra parte, se obtuvieron más de 2.000 me gustas en la red social, donde las mayores publicaciones en obtener alcance e interacción de forma orgánica fueron los contenidos de artistas colaboradores y una publicación sobre restauraciones de arte, a la que más tarde se le aplicó una publicidad que incrementó los números.

Entre las colaboraciones, destaca el reel donde se invitó a MAW como colaboradora y se publicó parte de su videoclip recién estrenado con la letra de la canción “Llámame”, generando interacción y una serie de comentarios positivos hacia la artista.



Colaboración con Maw. Fuente: Instagram.

Sin embargo, y difiriendo de lo que se pensó en un comienzo, el tipo de contenido de mayor éxito fueron las historias de Instagram, donde las vistas fluctuaban entre 70 a 180 personas al día que las veían, especialmente aquellas del #CazaArtistaEnCultumania.

Por lo anterior, y tras analizar las estadísticas respecto a cuentas alcanzadas e interacciones de contenido, se llegó a la conclusión de que la estrategia utilizada no estaba cumpliendo con los objetivos planteados en su totalidad, por lo que en noviembre se decidió reestructurar una nueva estrategia, considerando el contenido que más interacción generó.

De esta forma, se priorizó la promoción de historias en sus diversos formatos, además de generar una campaña de publicidad, a fin de evaluar si el contenido que se estaba publicando era interesante para las y los usuarios.

Por ello, se comenzó a reducir la publicación de contenido en el *feed* y se empezaron a construir nuevas plantillas para incrementar el uso de historias, además de establecer horarios más específicos en función de las interacciones, priorizando por los horarios en torno al mediodía entre lunes y viernes.

Asimismo, el *post* “Las peores restauraciones del arte” tuvo una buena acogida orgánica al momento de su publicación, por lo que se decidió implementar una campaña publicitaria con una duración de tres días para efectos de evaluar si el contenido resultaba interesante para las y los usuarios. Rápidamente, esta comenzó a generar mayor interacción que se tradujo en comentarios por parte de los usuarios, además de que la volvieron a publicar en sus historias y las guardaron.

Por lo anterior, y considerando las dos campañas aplicadas al contenido, en los últimos tres meses Cultumanía alcanzó a 16.774 cuentas y registró 1.230 interacciones, con un porcentaje del 27,2% proveniente de los anuncios. Así, se pudo constatar que efectivamente se estaba levantando un contenido que es interesante para la comunidad, y se volvió aún más imperioso plantear un cambio en la estrategia, la que se desarrollará durante las próximas semanas.

8. PROYECTO TRANSMEDIA

Durante el desarrollo del proyecto, Cultumanía se articuló como una plataforma de visibilidad del trabajo de artistas de las distintas disciplinas que contempla tanto música como artes visuales, mostrándose además como una comunidad accesible para establecer nuevos nexos o contactos para la realización de distintas actividades.

Por lo anterior, Pablo García, uno de los artistas colaboradores del área de Artes Visuales, se acercó al equipo de Cultumanía para manifestar su interés en realizar una actividad conjunta. Ésta se materializó en un taller realizado por García sobre la publicación de contenido en redes sociales. En él, el equipo de Cultumanía participó con una ponencia sobre la imagen en la construcción de relatos, la que tuvo una duración de 15 minutos aproximadamente.



Muestra de la presentación elaborada para el taller. Fuente: Elaboración propia.

A partir de esta experiencia, se pudo constatar que el trabajo en red con artistas puede ser trasladado y ampliado hacia algo que traspase la pantalla, por lo cual se comenzó a trabajar en la planificación de una exposición de artes visuales con los artistas colaboradores, a fin de que pudieran conocerse entre sí, generar nuevos contactos y dar espacio a un tránsito de la obra

presentada en el plano digital -lo cual responde a las nuevas pautas de consumo que se generaron tras la pandemia del COVID-19- hacia un espacio físico más tradicional respecto a la difusión de la obra.

En ese sentido, se contactó a diversas organizaciones y centros culturales para establecer una alianza con una entidad pública, con el objetivo de llevar a cabo un encuentro que fuera al aire libre, con vínculos en el territorio para congregar a las personas interesadas de la cultura, familias y otros; y así conocer el arte levantado por artistas emergentes, principalmente mujeres. En ese sentido, se elaboró una presentación que fue adjuntada a los distintos centros culturales; sin embargo, la respuesta de la mayoría fue que la programación para 2022 se encontraba completa, por lo que aconsejaban postular para 2023.

Exposición "Ventanas Emergentes"

Actividad de retribución

La actividad de retribución hacia la corporación y los vecinos será una charla orientada a conocer más del mundo de la cultura, es decir, las distintas partes que conforman el ecosistema artístico y la autogestión como elemento clave en el desarrollo de un trabajo cultural.

Fotos de colaboradores de Cultumanía

Lineamientos

Ventanas emergentes es una exposición de distintas disciplinas de las artes de la visualidad. La instancia surge en el contexto del desarrollo de un proyecto de tesis denominado "Cultumanía" que crea un medio digital y comunidad en torno a esta disciplina para levantar espacios de difusión equitativos en términos de género, trayectorias, etc.

La exposición busca ser un espacio de difusión paritario, visibilizando el trabajo de mujeres artistas, además de potenciar la obra de jóvenes emergentes (entre 18 a 25 años) que están partiendo su carrera en el mundo de la cultura y por lo tanto recién están construyendo su red de contactos.

Se realizará una convocatoria a partir de la cual se seleccionarán 10 artistas quienes se desempeñarán en las áreas de fotografía, pintura, grabado o ilustraciones.

La actividad se pretende realizar el sábado 8 de octubre en el horario de 10:30 a las 12:00 horas de forma gratuita.

Se puede revisar más contenido en:

www.cultumania.cl
[@cultumaniacl](https://www.instagram.com/cultumaniacl)

Presentación sobre la exposición. Fuente: Elaboración propia.

En paralelo, se está planificando un posible encuentro musical con los artistas colaboradores de este año en Cultumanía, para lo cual ya se están estableciendo los contactos con las respectivas agencias que llevan sus comunicaciones y agendas, con el objeto de generar una alianza que permita sacar adelante la instancia en 2023.

9. SUSTENTABILIDAD

Actualmente el equipo de Cultumanía está compuesto por dos personas que se encargan de desarrollar el proyecto a través de la realización del contenido periodístico, establecer el contacto con los artistas colaboradores y entrevistados, elaborar publicaciones para redes sociales y actualizar el diseño visual del sitio web e Instagram.

En ese sentido, si bien se han definido las labores que cada miembro del equipo debe realizar, se admite una flexibilidad en ellas, a fin de garantizar el cumplimiento de las metas establecidas para desarrollar apropiadamente el proyecto.

Sin embargo, una de las proyecciones a largo plazo de Cultumanía es posicionarse como un medio que abarque distintas disciplinas culturales, por lo que será necesario embarcarse en un proceso de crecimiento paulatino en el que se incorporen nuevos integrantes al grupo de trabajo con intereses en las áreas del proyecto y quienes en primera instancia deberán colaborar en calidad de voluntarios, para distribuir de mejor manera las labores necesarias para la permanencia del proyecto. Éstos deberán trabajar bajo la supervisión del equipo de trabajo actual para enseñarles aspectos vinculados al funcionamiento web y de la línea editorial del medio.

Una vez que se establezcan equipos de trabajo que se enfoquen en desarrollar los apartados de artes visuales y música, se iniciará un proceso de expansión para incorporar una nueva disciplina artística, priorizando a aquella que tenga deficiencias en cuanto a las oportunidades para las mujeres, y tomando en consideración los intereses del público objetivo.

Respecto al ámbito financiero, Cultumanía es un proyecto que, en primera instancia, no tiene mayores gastos económicos para su mantenimiento que el pago de Wordpress, la inversión ocasional de la publicidad en Instagram (ver punto 11.4.) y aquellos gastos relacionados a la movilización para el reporte de los diversos temas y/o entrevistas. Sin embargo, hay que considerar el tiempo que se dedica a la elaboración de cada contenido propio, y el establecer los nexos con los distintos artistas que quisieran publicar sus obras en la web.

Por ello, se decidió priorizar el proceso de consolidación del sitio, tanto a nivel estético y funcional, como también en la fidelización del público objetivo y comunidad de Cultumanía,

particularmente los artistas colaboradores, ya que éstos debían confiar en el sitio como plataforma para estar dispuestos a alojar sus trabajos artísticos en él.

Siguiendo esta línea, y una vez consolidado lo anterior, en noviembre se decidió aplicar una primera estrategia de financiamiento a partir de donaciones por medio del sistema de pago en línea Paypal, en la que los usuarios pueden realizar aportes voluntarios, los que serán destinados exclusivamente a la mantención del sitio.

Lo anterior se realizó a través de un plugin posicionado en la barra lateral de la página web, que invita a los visitantes de Cultumanía a colaborar con el proyecto para continuar la visibilización de la música, artes visuales y artistas emergentes en Chile.

De la misma manera, se configuró la página web para comenzar a utilizar anuncios de Google como un sistema de financiamiento menor, los cuales serán posicionados en sectores estratégicos, a fin de no entorpecer ni interrumpir la navegación de los usuarios.

En tanto, una vez que crezca el medio, se pretende constituir una Sociedad por Acciones (SPA), considerando la agilidad del proceso y viabilidad de esta opción. De esta forma, se podrá postular a fondos concursables con el objeto de financiar los gastos propios de un medio establecido, como contratar a un diseñador web para corregir los aspectos limitantes que caracterizan a los temas gratuitos de Wordpress y tener mayores libertades para desarrollar el proyecto, adquirir el equipamiento técnico necesario y establecerse en un lugar de trabajo físico, en tanto los voluntarios puedan pasar a ser trabajadores con un pago por concepto de remuneración.

Para ello, se considerarán dos financiamientos estatales: Fondo Medios de Comunicación Social, el cual se enfoca en apoyar a aquellos proyectos que buscan reforzar el rol de la comunicación en distintos espacios para el desarrollo socio-cultural de los territorios; y el Fondo de la Equidad de Género, que contribuye al desarrollo de proyectos que fortalezcan la participación, la asociatividad de las mujeres en un marco de equidad de género y valor a los derechos humanos de éstas.

10. CONCLUSIONES

El proyecto de Cultumanía desde sus inicios puso el foco en la circulación y difusión de las obras de artistas emergentes, principalmente de mujeres, desde una perspectiva de programación, es decir, desde un lugar donde existe una toma de decisiones respecto a qué contenido difundir.

En más de seis meses de trabajo fue posible observar y conocer las dinámicas del sector cultural que eran más profundas de lo que en principio el equipo se planteó, representando en una primera parte un obstáculo la falta de bibliografía técnica en torno a las brechas de género existentes en éste, puesto que la mayoría apuntaba a abordar la precarización de los y las trabajadoras de la cultura, pero sin distinguir en profundidad a quienes les afectaba más.

En ese sentido, la investigación de Carla Pinochet, Tomás Peters, Victoria Guzmán, además de las estadísticas proporcionadas por el Observatorio de Políticas Culturales, fueron claves para contar con algunos esbozos sobre esta realidad que afectaba, y aún afecta, a artistas emergentes mujeres. Desde allí, el contacto con el personal de diversas instituciones, académicas, y trabajadores de la cultura fueron clave para levantar antecedentes que se espera que puedan ser utilizados para la discusión.

Todo lo anterior, mientras se levantaba un medio de comunicación y plataforma de visibilización, en un esfuerzo técnico que involucró incursionar en el mundo del diseño web, desde las propias posibilidades del equipo, para construir un sitio que pudiera ser accesible, atractivo y funcional para que los artistas pudieran alojar su trabajo.

Asimismo, la instancia permitió tener un mayor acercamiento al mundo cultural en el cual se pudo constatar un fuerte espíritu de colaboración y acogida, que ayudó en demasía a desarrollar este proyecto.

La construcción de una plataforma que permitiera visibilizar el contenido de los artistas emergentes, abogando por un espacio equitativo e inclusivo ha sido considerada, en el caso específico de las mujeres, como una buena práctica al permitirles llegar al público, siendo esto el aspecto fundamental para avanzar con su carrera. Por ello, es que el trabajo en red entre las mujeres

ha generado que entre sí se den oportunidades, con una lucha y discusión que ellas mismas han levantado para generar nuevos espacios.

En esa línea, una de las principales conclusiones fue la importancia de que desde el Estado surja una política pública cultural que aborde el criterio de género como parte de los lineamientos de programación de los espacios culturales, especialmente, en aquellos de índole público o con aportes de éste. Si bien hoy los avances que se han visto en la materia responden a las decisiones del personal encargado de programación, es necesario la transversalidad de esto para garantizar la existencia de espacios donde el trabajo de las mujeres pueda convivir con aquel realizado por grupos privilegiados como los hombres.

No obstante, desde las artistas existe un reconocimiento en torno a la brecha de género presente en la cultura, pero que proviene desde los mismos públicos. De esta forma, son varias las artistas que indicaron, por ejemplo en el caso de música, que en muchos encuentros donde son mujeres quienes encabezan éstos, la asistencia de los hombres es inferior al de mujeres y que suelen ser menos escuchadas por ellos.

Así, es necesario plantear herramientas o instancias donde se puedan abordar estas concientizaciones en la audiencia para ampliar el espectro de lo que están escuchando o viendo.

Otra conclusión importante fueron las complejidades en torno a la difusión y circulación de las obras para quienes son de regiones, que son mayores a quienes viven en la capital, manifestándose en la búsqueda de espacios para exhibir o presentar su trabajo. Lo anterior, constituye el aspecto más difícil de llevar en la autogestión, especialmente, en los casos donde se trata de artistas de regiones que se encuentran en los extremos norte y sur del país.

En ese sentido, uno de los aspectos a potenciar en el futuro es la cobertura a artistas emergentes que se encuentran en regiones, a modo de apoyar también a la descentralización de la cultura. Así, Cultumanía se podrá definir como un proyecto integral de apoyo y visibilización, en el cual y a través del periodismo y de la comunicación, pueda aportar al progreso de uno de los sectores más importantes para el desarrollo del país.

11. ANEXOS

11.1. Pauta de publicaciones

FECHA	CONTENIDO
Abril 2022	<p>Colaboración: Franco Muñoz - Música</p> <p>Entrevista: Fabiola Gutiérrez - La Chinganera: Folclorista y profesora en La Casa de la Décima Chile Payo Söchting - Artes Visuales</p> <p>Noticias: Encuentro textil - Artes Visuales Concurso de fotografía - Artes Visuales Exposición Nuestra Naturaleza - Artes Visuales Exposición Pablo Chill-e - Artes Visuales Ganadores de los Premios Grammy - Música Presentación tercer álbum Juan Pablo Salvo (Jazz) - Música Festival Ritual 2022 - Música Premios Pulsar: Nominados - Música</p> <p>Opinión: Editorial de la cultura 17 Mejores tweets de los Grammy - Música</p> <p>Efemérides: 15 de abril: Día mundial del arte 27 de abril: Día del diseño</p>
Mayo 2022	<p>Colaboración: Javi Wilson - Música Pablo García - Artes Visuales</p> <p>Entrevista: Maricel Gómez de la Errechea, difusión del arte para personas con discapacidad visual - Artes Visuales</p> <p>Noticias: Pautas de conciertos del mes de mayo - Música Volvieron Los Bunkers - Música</p>

	<p>Mona Lisa: ¿Identidad y ubicación real? - Artes Visuales “7”: Los pecados capitales se toman Matucana 100 - Artes Visuales Exposición Meet Vincent van Gogh - Artes Visuales Daddy Yankee en Chile: Todo lo que necesitas saber - Música ¿Nueva fecha de Coldplay en Chile? - Música Concierto inclusivo: Orquesta sonidos de luz - Música FMS Internacional: Nitro y Acertijo participarán de la segunda jornada -Música Hombre ataca cuadro de la Mona Lisa con un pastel - Artes Visuales Premios Pulsar 2022: Conoce a los ganadores - Música</p> <p>Opinión: Joyas musicales de Mon Laferte para disfrutar - Música</p> <p>Efemérides: 02 de mayo: Cumpleaños de Mon Laferte. 18 de mayo: Día internacional de los museos.</p>
<p>Junio 2022</p>	<p>Colaboración: Javi Rice - Artes Visuales María de la Luz Faunes, Maw - Música</p> <p>Entrevista -</p> <p>Noticias: Conciertos en junio - Música “Del Cóndor al Oso”: Una exposición sobre la historia de la animación chilena - Artes Visuales Exposición Post Tenebras Lux - Artes Visuales Retrospectiva Política Ilustrada - Artes Visuales Supernova Celebra sus 20 años - Música De aperturas: Exposición sobre cicatrices y cuerpo - Artes Visuales Lo mejor de la semana internacional de los museos - Artes Visuales Templada y Frucola Frappé en ciclo de música Balmaceda Joven - Música Primer concurso nacional de escultura joven - Artes Visuales Nicole Moreno vuelve a la música con Fracesc Morales - Música</p> <p>Opinión -</p> <p>Efemérides: 13 al 19 de junio: MuseumWeek</p>

<p>Julio 2022</p>	<p>Colaboración: Antonia Pierret - Música Lukas Bravo Nicolás - Artes Visuales</p> <p>Entrevista: Macarena Carreño - Música</p> <p>Noticias: Conciertos en julio - Música Día Nacional del cuequero - Música Expo Señales M100 - Artes Visuales ¿Sabías que en los premios nacionales de artes plásticas solo cuatro mujeres han ganado? - Artes Visuales 3 museos y centros culturales que puedes visitar en Santiago - Artes Visuales Jurado de los premios nacionales 2022 - Música ¿Sabías que existe una disciplina que se llama litografía? - Artes Visuales</p> <p>Opinión: Mejores clásicos del rock - Música</p> <p>Efemérides: 04 de julio: Día nacional del cuequero 13 de julio: Día mundial del rock</p>
<p>Agosto 2022</p>	<p>Colaboración: Alex June - Música Javiera Putz - Artes Visuales</p> <p>Entrevistas: -</p> <p>Noticias: Conciertos en agosto - Música ¿Qué son las residencias para artistas? - Artes Visuales Covarrubias M100 - Música Concierto gratuito de Los Jaivas - Música Museo a cielo abierto Macul Inauguración y hablar auge general - Artes Visuales Lo mejor de las actividades del mes de la fotografía - Artes Visuales Myrian Hernández recibirá Premio a la excelencia musical en Latin Grammy - Música Tomasa de la Real en Rolling Stone - Música ¿Qué es la performance en las artes visuales? - Artes Visuales</p> <p>Opinión: Los mejores 5 artistas emergentes del folclor - Música</p>

	<p>Cómo interpretar el arte sin morir en el intento - Artes Visuales</p> <p>Efemérides: 19 de agosto: Día mundial de la fotografía 22 de agosto: Día mundial del folclor</p>
<p>Septiembre 2022</p>	<p>Colaboración: Natalia Montoya - Artes Visuales PilSen - Música</p> <p>Noticias: Conciertos en septiembre - Música ¿Sabías que las mujeres son más invisibilizadas en las artes visuales? - Artes Visuales Vinilos: ¿por qué siguen vigentes? - Música Obras de Palacio de la Moneda - Artes Visuales Recordando a Margot Loyola - Música Últimos días para ver exposición Pliegues de luz - Artes Visuales ¿Sabías que en los premios nacionales de artes plásticas solo cuatro mujeres han ganado? - Artes Visuales Chilenos nominados a los Latin Grammy 2022 - Música Día Nacional de las artes visuales - Artes Visuales</p> <p>Opinión: Mejores 5 cantautores de cuecas - Música Mejores memes concierto Daddy Yankee - Música</p> <p>Efemérides: 17 de septiembre: Día nacional de la cueca 18 de septiembre: Fiestas patrias 21 de septiembre: Día de los artistas plásticos 28 de septiembre: Natalicio de Víctor Jara 29 de septiembre: Día nacional de las artes visuales</p>
<p>Octubre 2022</p>	<p>Colaboración: Belén (Viva color) - Artes Visuales Cortesse - Música</p> <p>Entrevistas: Programación y criterios de género GAM - Artes Visuales</p> <p>Noticias: Conciertos en noviembre - Música Recordando a Violeta Parra y día de los músicos - Artes Visuales La cuota de la música chilena en las radios - Música 30 años de Balmaceda Arte Joven - Artes Visuales</p>

	<p>Cinco sellos que visibilizan a artistas emergentes en Chile - Música BTS hará el servicio militar - Música Concurso mascotas en Metro - Artes Visuales Artistas confirmados Teletón 2022 - Música</p> <p>Opinión: Las peores restauraciones del mundo del arte - Artes Visuales Inteligencia artificial en las artes visuales - Artes Visuales</p> <p>Efemérides: 04 de octubre: Natalicio de Violeta Parra</p>
<p>Noviembre 2022</p>	<p>Colaboración: Bianca Alvarado - Artes Visuales Paulina Camus - Música</p> <p>Entrevistas: Mariairis Flores Leiva</p> <p>Noticias: Conciertos en noviembre - Música ¿Qué son los earworm? - Música Concurso Artes de la Visualidad Samuel Román 2022 - Artes Visuales Music Bank se suspende a mitad del evento - Música 3 museos gratuitos en Santiago - Artes Visuales Ganadores Latin Grammy - Música Fondos del Museo de la Memoria - Artes Visuales Exposición ArtWeek - Artes Visuales Exposición MAVI sobre mujeres artistas - Artes Visuales ¿Qué música escucharon los chilenos durante el 2022? - Música</p> <p>Opinión: Joyas musicales Denise Rosenthal - Música Conciertos en el Metaverso - Música</p> <p>Efemérides: 08 de noviembre: Cumpleaños Denise Rosenthal</p>
<p>Diciembre 2022</p>	<p>Colaboración: Nayaret López - Artes Visuales Vale Camila - Música</p> <p>Entrevista: Nicolás Carreño - Música</p>

	<p>Noticias: Conciertos en diciembre - Música Inauguración semana de la discapacidad Casa de la Cultura Víctor Jara - Artes Visuales Cecilia Vicuña dentro de las figuras más poderosas en el arte contemporáneo - Artes Visuales Conoce el nuevo edificio que alberga la plataforma cultural de la Universidad de Chile - Artes Visuales Festival Rockódromo - Música Festival Lantern - Artes Visuales Noticia de contingencia</p> <p>Opinión: Top 10 villancicos y música de Navidad - Música Cinco obras de arte sobre navidad - Artes Visuales Las mejores fotografías del año - Artes Visuales</p> <p>Efemérides: 25 de diciembre: Navidad</p>
Enero 2023	<p>Colaboración: Marcela Paz - Artes Visuales Nicolás Carreño - Música</p>

11.2. Consentimiento informado de artistas colaboradores



Fecha: __ / __ / 2022

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ARTISTAS COLABORADORES

Yo _____ autorizo a Cultumanía a difundir mi trabajo _____ (Título de la obra/colección/álbum), en el sitio www.cultumania.cl y en sus redes sociales. Al firmar este consentimiento declaro estar de acuerdo con las políticas y condiciones de Cultumanía, y admito que la obra sea divulgada manteniendo mis derechos de autor(a), los que deberán ser individualizados al momento de publicación, además de señalar que es un contenido de colaboración.

Al tratarse de obras visuales, como es el caso de pinturas, murales, fotografías, u otras, entrego mi consentimiento para incorporar a la obra una marca de agua propia o del sitio junto con mi nombre o firma que aluda a mi autoría.

FIRMA COLABORADOR

FIRMA REP. CULTUMANÍA

11.3. Consentimiento informado para tutores



Fecha: __ / __ / 2022

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ARTISTAS COLABORADORES

Yo _____, representante legal de _____ autorizo a Cultumanía a difundir el trabajo _____ (Título de la obra/colección/álbum), en el sitio www.cultumania.cl y en sus redes sociales. Al firmar este consentimiento, declaro estar de acuerdo con las políticas y condiciones de Cultumanía, y admito que la obra sea divulgada manteniendo los derechos de autor(a), los que deberán ser individualizados al momento de publicación, además de señalar que es un contenido de colaboración.

Al tratarse de obras visuales, como es el caso de pinturas, murales, fotografías, u otras, entrego mi consentimiento para incorporar a la obra una marca de agua propia o del sitio junto con mi nombre o firma que aluda a la autoría indicada en este documento.

FIRMA REP. LEGAL DE COLABORADOR

FIRMA REP. CULTUMANÍA

11.4. Gastos

	Dominio sitio web (pago anual)	Wordpress	Publicidad Instagram
Marzo	\$9.950	\$22.432	N/A
Abril	N/A	\$28.632	N/A
Mayo	N/A	\$28.027	\$3.000
Junio	N/A	\$31.043	N/A
Julio	N/A	\$31.127	N/A
Agosto	N/A	\$29.855	N/A
Septiembre	N/A	\$31.784	N/A
Octubre	N/A	\$31.740	\$7.000
Noviembre	N/A	\$30.621	\$7.000
Diciembre	N/A	Por definir	N/A

11.5. Lista de artistas colaboradores y consentimientos

Artistas colaboradores musicales

- [Javi Wilson](#)
- [Anto Pierret](#)
- [María de la Luz Faunes](#)
- [PilSen](#)
- [Cortesse](#)
- [Paulina Camus](#)
- [Alex June](#)
- [Vale Camila](#)
- [BRENNDV](#)

Artistas colaboradores visuales

- [Pablo García](#)
- [Javi Rice](#)
- [Lukas Bravo](#)
- [Nayaret López](#)
- [Javiera Putz](#)
- [Belén Albornoz](#)
- [Bianca Pastel](#)
- [Natalia Montoya](#)

11.6. Lista de entrevistados: consentimientos y autorizaciones

- [Maricel Gómez de la Errechea Cohas](#)
- [Mariairis Flores](#)
- [Felipe Reyes](#)
- [María José Cifuentes](#)
- [Macarena Carreño](#)
- [Payo Söchting](#)
- [Fabiola Gutiérrez](#)
- [Nico Carreño](#)

11.7. Pauta de preguntas para artistas colaboradores

Entrevista Javiera Wilson

Antes de comenzar y para contextualizar, explicar el contexto de la entrevista: en el marco de un proyecto de título se desarrolla un medio de comunicación que busca visibilizar el trabajo de las artistas emergentes principalmente en las áreas de música y artes visuales. Además de pedir nuevamente su autorización para grabar la entrevista.

Preguntas

1. ¿Cómo surge *De la Raíz*, y cuándo se lanza?
2. ¿Por qué incorporar el rap?
3. ¿Qué te hizo dar el paso de preparar y lanzar un álbum?
4. ¿Cuáles son tus expectativas frente a este álbum?
5. Estas canciones se centran en los vínculos entre la naturaleza y el ser humano, ¿por qué decides ubicarte desde ahí para desarrollar este trabajo artístico?
6. ¿Cuál fue el factor para elegir este estilo musical?
7. ¿Cual ha sido tu experiencia hasta ahora como artista musical?
8. Y en esa línea, ¿cuál crees que te diferencia de otras artistas?
9. ¿Cuáles son los desafíos que deben enfrentar los cantautores?
10. ¿Cuáles son tus próximos proyectos?

11.8. Preguntas Test de usabilidad

1. A simple vista, ¿se logra entender el objetivo y los contenidos que ofrece Cultumanía?
2. ¿El usuario puede navegar y tener control del sitio fácilmente?
3. ¿El sitio web utiliza un lenguaje fácil de comprender, sin tecnicismos?
4. ¿La estructura del sitio web es coherente?
5. ¿Por qué?
6. ¿El sitio cuenta con elementos visibles en su interfaz que ayudan a comprender cómo está distribuido el contenido (ej: menú, enlaces, etc.)?
7. ¿Existen elementos dentro de las páginas, que permiten saber exactamente dónde te encuentras dentro del sitio (ej: migas de pan "Estás Aquí")?
8. ¿Las páginas dentro del sitio presentan elementos que permiten diferenciarlas entre sí (Títulos, estilos, gráficas)?
9. ¿Es posible identificar el contenido destacado?
10. ¿La velocidad de carga del sitio web es adecuada?
11. ¿El sitio es accesible, es decir, presenta herramientas que facilitan la navegación del sitio y la interacción con el contenido?
12. ¿La cantidad de contenido destacado en la página de inicio es adecuada?
13. ¿Las gráficas e imágenes del sitio tienen un tamaño adecuado?
14. ¿Qué fue lo que más te llamó la atención del sitio de Cultumanía, ya sea positivo o negativo?
15. Comentarios o sugerencias generales para desarrollar de mejor manera a el sitio de Cultumanía

11.9. Transcripción entrevista a Felipe Reyes y María José Cifuentes del equipo de programación del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM)

Fecha: 13 de septiembre de 2022 a las 12:00 horas.

María José: Les cuento así brevemente: En relación a temas de género, Felipe Reyes es parte de la coordinación del equipo de programación. Mi nombre es María José Cifuentes y yo hago la dirección de programación y audiencia, junto con Solage que de hecho, ella también les puede responder varios temas en torno a temas de género.

En cuanto a temas programáticos, yo creo que ha habido evidentemente una transformación sobre el proceso de cómo se hace la programación artística con un enfoque paritario. Sin embargo, no es como algo que la institución establezca de manera obligatoria, sino que es algo que trasciende un poco las decisiones como personal del equipo de programación, de intentar equiparar lo más posible la lógica programática. Pero al mismo tiempo, también hay que considerar que en el ámbito del teatro hay también muchos directores, dramaturgos, y eso también tiene como un peso institucional.

Igual en el fondo, en el campo de las artes escénicas, en cuanto al teatro como institución, yo creo que todavía existe como una tradición mucho más masculina dentro de la escena teatral, porque bueno, es una escena también bastante política y como que tiende a ir hacia una imagen masculina.

Sin embargo, cada vez más se está reforzando la imagen de mujeres y directoras de dramaturga, y justamente estamos intentando desde GAM poder apoyar cada vez más a mujeres en esa área. Pero quienes tienden a tener como más vínculos de poder siempre son personajes masculinos.

Entonces, ahí también hay como una tensión que uno intenta moderar estratégicamente, pero a veces sobrepasa las capacidades programáticas, porque como les digo, no hay como una ley pareja, o que establezca como un acuerdo estratégico programático de paridad. Lo hemos intentado instalar, de hecho, está el compromiso morado, donde está participando ahora también Natalia Tapia.

Hay distintas capas en términos de género: uno tiene que ver con la programación artística y con cuánto uno puede finalmente establecer lógicas de paridad; y otra cosa es cómo internamente los

equipos de gestión -y yo creo que ahí es importante hacer una investigación-, se trabaja internamente en lógicas paritarias en cuanto a recursos humanos, en cuanto a igualdad de condiciones laborales, en cuanto a entender los universos de la mujer, versus la sociedad masculina. Ahí sí que hay una serie de compromisos y de mediaciones en torno a cómo se instalan, a veces incluso, en los equipos de trabajo, prácticas patriarcales y machistas que también generan conflictos en torno a la manera de trabajar en los espacios culturales.

Y ahí por ejemplo, estamos trabajando con la red de salas, donde se acaba de levantar una capacitación para defender a compañeras en situaciones a veces que están también laboralmente complicadas. Entonces por eso les digo, son distintas capas.

Una es la capa interna estructural de cómo debería operar un espacio cultural en términos paritarios, en términos de género, en términos también de compromisos laborales hacia la mujer. Y luego es cómo es la programación artística, establece una estrategia de paridad, pero que no es como ley, no es como que el Ministerio de Cultura nos diga: "a partir de ahora tiene que haber una obligación en cuanto a cantidad de porcentaje de mujeres creadoras, escénicas". No existe como ley.

Sí existen compromisos, y por eso ahora se está creando -también al interior del Ministerio de Cultura- un comité de género donde también hoy día se está hablando desde Subsecretaría de Cultura, como cuáles son los temas de género que tienen que abordar este comité, cómo eso también tiene que trascender finalmente a las organizaciones.

Entonces, como les digo, hoy día se están abriendo, tanto en Subsecretaría de Cultura, distintos temas de cómo instalar prácticas de género en el nivel de las organizaciones, de los sindicatos, de los gremios, entre otros; y luego cómo esto afecta internamente. Por ejemplo, cuántas mujeres participan en los sindicatos.

Además de lo que uno hace artísticamente, hay otras capas que son como más profundas, donde los temas de género a veces son más complejos.

En cuanto a términos programáticos, sí hacia la danza cada vez uno intenta integrar, porque el universo de la danza es más femenino de alguna manera. Por muchos años fueron los coreógrafos hombres también los que marcaban la pauta de la escena contemporánea de la danza, hasta los

2000, que empezaron a aparecer más coreógrafas mujeres. Y ahí empezó como a validarse mucho más a las creadoras, que antes también eran los coreógrafos.

–¿Y en artes visuales?, pensando en las exposiciones que a veces hacen aquí mismo.

María José: Yo creo que en el campo de las artes visuales no dista mucho de las artes escénicas, yo creo que están un poco hoy día en otros lugares.

Por ejemplo, me acuerdo alguna vez haber hablado con un programador de Paris, y él decía que para él hoy día como programador tenía un desafío muy grande, porque le obligaban políticamente la paridad de género en el campo de las artes visuales, y que él tenía que tomar decisiones programáticas equiparadas, y ojalá más mujeres que hombres. Y que a veces se enfrentaba a la condición de cómo hacer esa curatoría, cuando era una cosa como obligatoria, cuando a veces él encontraba que no tenía tantos proyectos de mujeres que le interesaban.

Entonces, claro, había como una dicotomía de cómo seleccionar, cuando en verdad a veces te interesaba más un par de hombres. Y luego hay todo el universo LGBTQ+, que también es interesante en cómo se aborda en términos programáticos y curatoriales.

Entonces, yo me atrevería a decir que, en general, los espacios culturales hoy están iniciando un proceso de paridad en la integración de equilibrios. No sólo en la dicotomía de género, sino también se está ampliando y diversificando a una visión más integral, más allá del género, pero intentando generar una lógica paritaria.

Ahora, los campos de luchas de las mujeres en el arte son gigantes, y yo creo que por lo mismo todavía estamos atrasados en relación a definir ciertas lógicas de género, de paridad, porque como les digo, ni siquiera se han instalado, o a mí conocimiento, no sé si el gobierno lo está haciendo o lo va a hacer. Pero todavía no tenemos un mandato obligatorio del ministerio que nos diga: "Es obligatorio que GAM programe de manera paritaria". Es una decisión de nosotros como equipo de programación intentar generar esa lógica de paridad en la selección que hacemos.

Y creo que en el campo de las artes visuales, principalmente las salas, yo creo que todavía la misma sala está en un proceso de redefinir sus prácticas curatoriales, porque hasta ahora lo que ha pasado mucho con GAM, que es un espacio que la gente solicita para usarlo, y a veces se programa sin

una línea curatorial específica, y yo creo que ese es el camino que queremos trabajar como equipo programático de empezar a establecer más líneas curatoriales, temáticas.

Y ya el próximo año, por ejemplo, la conmemoración de los 50 años del golpe, sí va a instalar una línea programática evidente, porque el tema va a estar tanto en salas, como en salas de exposiciones, espacios de residencias, espacios públicos; porque ya hay una línea más concreta que vamos a abordar durante todo el año, en distintos momentos.

–¿Manejan algún tipo de estadísticas donde uno pueda saber cuántas mujeres o tantos hombres están creando obras? ¿Existe ese tipo de información, o todavía no se ha realizado?

María José: Yo creo que no tenemos una estadística, pero sería interesante que ustedes en la tesis lo abordaran, que ustedes pudieran realizar eso, o sea tomar las programaciones de GAM, de los últimos años y hacer esa estadística.

Felipe: No la tenemos, de hecho, hace súper poquito, a principios de año GAM levantó unos estudios internos. Recién hubo un proceso de revisión interna donde levantamos una serie de estadísticas, información de cómo los equipos perciben y reciben información, de cómo estamos compuestos. Entonces, claro, con nuestras contrapartes o hacia afuera, todavía no hacemos eso. Todavía depende mucho de nosotros como equipo de programación, que estamos como atentos a eso, como ver toda la participación, poder nivelarla.

–¿Creen ustedes que se puede mantener la lógica de espacios digitales, o hay que volver completamente a la presencialidad y reforzar el contexto del espacio cultural físico?

María José: Yo creo que la virtualidad y lo digital se queda por mucho tiempo. Creo que hoy día tenemos que ser inteligentes en cómo utilizar esos espacios en cuanto a lógicas de programación.

No creo que se quede como una herramienta de creación permanente, de hecho, ha existido el video-arte, documentales. O sea, esa herramienta se ha utilizado siempre, lo que pasa es que también la pandemia nos masificó, o de alguna manera, como que llevó este tipo de dispositivos de una lógica más masiva y programática, porque antes aparte de los festivales de video-danza, video-arte, o de ciertos artistas que trabajaban con formatos documentales, no éramos tan conscientes. Pero siempre ha existido, siempre hemos tenido, tanto en festivales como en muestras. Siempre uno puede identificar esos dispositivos de trabajo audiovisual.

Y de hecho, estamos en una cultura visual que con las últimas décadas se ha incrementado, y hoy día incluso se puede falsear identidades, imágenes, a partir de esa cultura visual que ya trasciende el espectáculo. O sea, el mismo Instagram es el espectáculo de uno mismo, todo eso está instalado.

Yo creo que hoy día la posibilidad de trabajar con lo digital nos permite conectarnos en términos territoriales, tanto a nivel nacional como internacional. Y esa es una herramienta que vamos a seguir utilizando, porque también hay como una nueva mirada de pensar las lógicas de colaboración y compromiso, sobre todo en términos de internacionalización, de cómo un presenta a los artistas a otros contextos internacionales, y cómo a veces estas prácticas, una mínima reunión de zoom, o ya sea mostrar algún corto, algún video o algo, ya nos permite que ese artista pueda salir o ser conocido en otros contextos.

Entonces es una herramienta de internacionalización súper potente, y también una herramienta de colaboración que encuentro muy fuerte, y dudo que se disminuya.

Ahora, programáticamente en nuestro caso yo creo que es verdad que después de la pandemia -y de un proceso de los últimos dos o tres años, de tener que estar estableciendo una lógica de programación digital producto de la pandemia-, evidentemente hoy día dan muchas más ganas de volver a la presencialidad y de poder retomar la experiencia del teatro, la danza, de las artes visuales en vivo. Y eso es algo que estamos instalando, porque también que el arte es un estado de encuentro, y es importante que las personas vuelvan a encontrarse también desde el arte como un lugar de conocimiento, encuentro y tejido social. Entonces, es fundamental.

Sin embargo, también hoy día estamos tratando de masificar esto, y por ejemplo estamos tratando de programar para televisión. Acabamos de firmar un convenio con la Universidad de Chile para hacer programación en el canal de la Universidad de Chile, y también tenemos un canal digital que se está terminando de armar, y que tiene toda una programación ahí de selección de obras con las que se puede trabajar, y yo creo que es una herramienta que nos permite conectarnos también con otros contextos.

Entonces, más que disminuir, yo creo que las estrategias de lo digital se van a encaminar quizás hacia otras lógicas, pero van a estar ahí evidentemente a disposición sobre todo para otras personas de otros territorios, que puedan ver esas obras.

Volver a la obra zoom, no creo, no creo que volvamos a tener esa experiencia de obras por zoom, pero por ejemplo todos los festivales o todos los proyectos que están sucediendo hoy día a nivel internacional tienen un aula digital, entonces tú puedes estar yendo presencialmente a ver obras, y el que no pudo asistir, tiene la posibilidad de colgarse a una programación digital e ir enterándose de lo que va pasando, o ir viendo entrevistas o algunas obras o cosas así. Entonces, hoy día creo que es una buena herramienta para seguir operando en términos de difusión.

Felipe: Sí, pero es una herramienta que hay que repensarla, sobre todo desde el lugar de la experiencia, y eso es lo que creo que estamos haciendo. Porque es distinta la relación que tenemos con la televisión, por ejemplo, -que es un dispositivo que media información- a la que tenemos con un computador, que a su vez es distinto a un celular.

Entonces, hay varias cosas que evaluar en esa programación digital. La pandemia obligaba y la gente tenía que conectarse. Era la única forma para acceder, pero hoy día que compites de nuevo con la experiencia del encontrarse en lo presencial, hay que buscar otra forma.

–Entonces, se podría decir que deberían confluír las dos.

María José: Sí, es como un análisis de la vinculación, yo creo que cómo media este dispositivo, cómo nos relacionamos con este dispositivo, que es el que entrega la información.

–¿Qué opinan de estos espacios culturales que están destinados exclusivamente para mujeres? ¿Caen en algún tipo de segregación no intencionada?

María José: O sea, siempre va a haber una lógica de discriminación positiva, en la medida en que intenciones una por sobre la otra. En esas lógicas como muy formales, evidentemente es discriminación positiva desde ese lugar. Pero también es la única forma de lograr ese espacio de nivelación o de participación. Si no, no hay otra forma. O por lo menos no se me ocurre una forma inmediata en la lógica de la conciencia de quien está programando, la distribución.

Acá, de hecho, en GAM, en el ámbito de las artes escénicas, hay áreas de trabajo que son más priorizadas, otras feminizadas, donde hay mayor presencia de mujeres. Entonces, evidentemente en esos espacios donde estamos hablando de una lógica extrema, evidentemente hay que establecer una lógica de discriminación positiva, no sólo en temas de género, de la participación de la comunidad LGBTI+, las personas con discapacidad, entre otros.

–¿Pudiese ser éste un elemento que se tome en cuenta a futuro en las políticas públicas culturales? ¿Debería haber un pilar que tenga que ver con la equidad en los próximos documentos culturales?

María José: Sin duda.

–¿Cuáles son las cosas más urgentes que se deberían agregar?

María José: Yo creo que la participación de una lógica de género, tanto sexo genérica, binaria, no binaria, profesionales y personas en situación de discapacidad o con discapacidad, la lógica de poder establecer un espacio de acceso y derecho común.

–En cuanto a lo vinculado a la programación, ¿Ustedes se acercan a algunos artistas para ofrecerles el espacio, o esta interacción siempre es a través de convocatorias?

María José: Mira eso es lo que te decía en relación a cómo opera GAM hasta ahora, por un lado, está la programación que se establece en un principal porcentaje en relación a la convocatoria, que se ha hecho históricamente en este espacio, y que esa convocatoria, en el fondo, nos permite tener las salas constantemente programadas con artistas nacionales, entre otros.

Y otra cosa, que es lo que queremos empezar a plantear este año, es la posibilidad de hacer una curatoría. Y ahí lo que uno hace es también seleccionar obras o proyectos que a uno le interesan, y poder invitarlos a ser parte de una programación. Y eso tiene que ver con una lógica o visión curatorial.

Antes de trabajar acá, yo trabajé muchos años en Nave, y allá teníamos ciclos programáticos. Entonces, por ejemplo, nuestro último ciclo programático -que fue en el cual más trabajé-, fue un ciclo de Eco-feminismo, donde estábamos tratando de instalar temáticas medioambientales con mujeres creadoras que trataran de vincular la mirada ecológica a temas feministas. Estuvimos trabajando con artistas de la danza y las artes visuales de Chile y del extranjero, pensando específicamente en la visión de qué es el Eco-feminismo.

Y para mí es interesante esa línea, como poder instalar ciertos temas y armar ciertos ciclos con conversatorios, encuentros, donde podamos potenciar una visión temática, que no solamente es ir a ver una obra aislada, sino que poder armar un tema o una línea programática en torno a eso.

Eso en GAM hasta ahora. Estamos como en un proceso que yo creo que podríamos poder hacerlo ya hacia 2024, porque estamos heredando una convocatoria que tiene una lógica bastante abierta, donde los temas son variados, pero quizás el día de mañana podemos, además, crear ciertas convocatorias temáticas. Entonces, estamos en un proceso de todavía reestructurar para justamente tener visiones curatoriales.

Hay que diferenciar entre la curatoría y la programación. La curatoría es de alguna manera una línea editorial que uno instala en base a cómo quiere definir ciertas lógicas temáticas programáticas.

Yo creo que en la programación a veces uno tiene que elegir de todo un poco. Y por eso hay espacios que tienen visiones programáticas que son súper diversas, y uno puede ver cosas súper distintas en el espacio, porque el espacio está pensado en términos programáticos como una selección un poco de cosas que me interesan, y otras por compromiso, entonces vas metiendo programación.

Y otra cosa, es tener muy definido el tema a trabajar, o curatorialmente, “solamente vamos a hacer un espacio de apoyo a mujeres, o vamos a trabajar sólo con temas de medioambiente”.

Entonces, esas prácticas a nivel de centro cultural son más complejas, y quizás por eso hay teatros o festivales que pueden tener más fácil poder construir estas lógicas más curatoriales.

Esto viene mucho de las artes visuales. Las artes visuales siempre han trabajado con curatoría, sobre todo las galerías más independientes, pero los centros culturales tienen que convivir con sistemas culturales muy diversos, entonces hay que procurar darle cabida a toda esa diversidad.

A veces es difícil poder leer una curatoría, porque tienes que tener de todo un poco, de todas las prácticas. Sobre todo si queremos intentar abrirnos a personas que nunca han estado acá.

Entonces, como que cada vez estamos planteándonos eso, cómo integrar a personas que quizás nunca han estado, o universos que están más lejanos a nosotros, que se sienten menos llamados a trabajar con GAM. Estamos cada vez más reivindicando o buscando cómo trabajar con personas que quizás no están tan vinculadas al espacio.

Pero a nivel de género, yo creo que estamos más bien con una estrategia súper personal y, como digo, no hay como una política impuesta, sino que tiene mucho que ver con cómo nosotros pensamos de programación, y qué lugar damos, qué cabida damos también a las creadoras. Por ejemplo, ahora tenemos varias producciones en proceso, casi todos los que lideran esos proyectos son hombres, porque suelen ser los que se acercan más rápido a la institución también. Como digo, hay lugares de poder más instalados.

12. BIBLIOGRAFÍA

- ARENAS, VANESSA. (18 de enero de 2022). *Los jóvenes y los retiros parciales del 10% impulsan la inversión en arte en Chile*. Recuperado de <https://forbes.cl/life/2022-01-18/los-jovenes-y-los-retiros-parciales-del-10-impulsan-la-inversion-en-arte-en-chile/>
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (2020). *La pandemia pone a prueba a la economía creativa. Ideas y recomendaciones de una red de expertos*. <http://dx.doi.org/10.18235/0002726>
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO; ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA; ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA; SECRETARÍA GENERAL IBEROAMERICANA; MERCADO COMÚN DEL SUR (2021). *Evaluación del impacto del COVID-19 en las industrias culturales y creativas*. <http://dx.doi.org/10.18235/0004015>
- BRODSKY, J., NEGRÓN, B., PÖSSEL, A. (2014). *El Escenario del Trabajador Cultural en Chile*. Proyecto Trama y Observatorio de Políticas Culturales. Recuperado de <https://www.observatoriopoliticasculturales.cl/wp-content/uploads/2014/11/Estudio-El-Escenario-del-trabajador-cultural-chileno.pdf>
- CADEM (2022). *El Chile que viene: Medios y redes sociales*. Recuperado de <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/02/Chile-que-Viene-Enero-2022-Medios-y-Redes-Sociales.pdf>
- CASTEL, ROBERT. 2004. *La inseguridad. ¿Qué es estar protegido?* Buenos Aires: Editorial Manantial.
- CAUSSE CATHCART, MERCEDES (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico. *Ciencia en su PC*, (3), pp. 12-21. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002>.
- CHARRO-CHASIPANTA, L., CRUZ-BARRIONUEVO, B., VELÁSQUEZ-ALBARRACÍN, V., VILLALTA-BAQUERO, A. (2020). Las industrias culturales como desarrollo económico y creativo. *Revista Científica Dominio de la Ciencia*. 6(5), pp. 43-55. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i5.1578>
- CHISNELL, D. & RUBIN, J. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*.
- CIUDADANÍA RESPONSABLE. (1 de marzo de 2022). *¿47% de puestos laborales en el sector cultural global corresponde a las mujeres?* LA Network. Recuperado de <https://la.network/47-de-puestos-laborales-en-el-sector-cultural-global-corresponde-a-las-mujeres/>

- COLOMER, J. (8-9 de julio de 2019). *Desarrollo de públicos y comunidades culturales*. [Presentación en papel]. Seminario Internacional de Desarrollo de Públicos, Santiago de Chile.
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. “Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile: etnografía de análisis de casos.”. Web www.observatoriocultural.gob.cl. Sección Observatorio Cultural. Publicado: Mayo de 2015 Consultado: 17 de junio de 2022.
- DE PEDRO, M. (2021). El futuro incierto ¿Está el mercado del arte contemporáneo preparado?. En B. Mazuecos, y M. Cano (Coords). *Artes Visuales y Gestión del Talento. Estrategias para la promoción y difusión de artistas emergentes en Andalucía (España) y otros contextos iberoamericanos* (pp. 49-58). Enredars. <http://hdl.handle.net/10433/9492>
- DECRETO SUPREMO N° 50 DE 2015. Por medio del cual modifica decreto supremo N°47, de vivienda y urbanismo, de 1992, ordenanza general de urbanismo y construcciones en el sentido de actualizar sus normas a las disposiciones de la Ley n°20.422, sobre igualdad de oportunidades e inclusión social de personas con discapacidad. Promulgado el 21 de septiembre de 2015.
- DEL VALLE, N. (26 de noviembre de 2020). *La crisis de la cultura en Chile: impactos socioeconómicos del Covid-19*. La Tercera. Recuperado de <https://www.latercera.com/opinion/noticia/la-crisis-de-la-cultura-en-chile-impactos-socioeconomicos-del-covid-19/EQEDJRQBTJF6BI7GKAZI3MDO6Q/>
- DIARIO UCHILE. (24 de septiembre de 2020). *Trabajadores de la cultura apenas fueron apoyados durante la crisis: Sólo el 7% recibió el bono COVID*. Recuperado de <https://radio.uchile.cl/2020/09/24/trabajadores-de-la-cultura-apenas-fueron-apoyados-durante-la-crisis-solo-el-7-recibio-el-el-bono-covid/>
- DOLORES GALLEGO, M. (2021). Aquí y ahora: Artistas emergentes locales. Trayectorias artísticas y mecanismos de legitimación en Andalucía (España) y el estado de São Paulo (Brasil). En B. Mazuecos, y M. Cano (Coords). *Artes Visuales y Gestión del Talento. Estrategias para la promoción y difusión de artistas emergentes en Andalucía (España) y otros contextos iberoamericanos* (pp. 254-275). Enredars. <http://hdl.handle.net/10433/9505>
- Entrevista a María José Cifuentes y Felipe Reyes, encargados de la dirección de programación y audiencia en el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), realizada el 13 de septiembre de 2022.
- Entrevista a Mariairis Flores Leiva, miembro del comité editorial del libro *Mujeres en las artes visuales en Chile 2010-2020*, curadora e investigadora independiente, realizada el 28 de noviembre de 2022.
- Entrevista a Maricel Gómez de la Errechea, profesora de Artes Plásticas (especialización escultura) en UPLA y UMCE, y doctora en Estudios Americanos, especialidad Pensamiento y Cultura (IDEA-USACH), realizada el 28 de marzo de 2022.

- ESPINOZA, M., GALLEGOS, D. (2019) *Benchmarking, ¿cómo y de dónde?: una revisión sistemática de la literatura*. Revista Espacios.
- FERNÁNDEZ, A. (17 de agosto de 2022). *Breadcrumbs en WordPress, Qué son y cómo configurarlos*. Web Empresa. Recuperado de <https://www.webempresa.com/blog/que-son-breadcrumbs.html>
- GARCÍA CONCLINI, NÉSTOR (1999). *El consumo cultural: Una propuesta teórica en Sunkel, Guillermo (coord.). El consumo cultural en América Latina*. Bogotá.
- GLOBAL STATSHOT (2022). *Digital 2022: Chile*. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile?rq=chile>
- GUERRA, P (2020). *La regulación del derecho a la cultura: Análisis constitucional comparado*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/28711/1/BCN_La_regulacion_constitucional_del_Derecho_a_la_Cultura_Aspectos_Comparados_Final.pdf
- HAMMOND, M. (21 de enero de 2022). *Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla (incluye ejemplos)*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>.
- HERNÁNDEZ-GARCÍA, I. (2013). *La creación artística y su relación con la investigación y la innovación*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/15163>.
- INSIDER INTELLIGENCE/EMARKET (2022). *Latin America Social Network Users 2022*. Recuperado de <https://www.insiderintelligence.com/content/latin-america-social-network-users-2022>
- KOCH, TOMMASO. (8 de febrero de 2022). *La Unesco denuncia que “la situación de muchos artistas ha pasado de precaria a insostenible” por la pandemia*. Diario El País. Recuperado de <https://elpais.com/cultura/2022-02-08/la-unesco-denuncia-que-la-situacion-de-muchos-artistas-ha-pasado-de-precaria-a-insostenible-por-la-pandemia.html>
- LAHEY, CONNOR (11 de octubre de 2021). *¿Qué es la tasa de rebote y cuándo es buena?*. Semrush Blog. Disponible en: https://es.semrush.com/blog/tasa-de-rebote/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_Core_BU_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=515715314568&kwid=dsa-1064844086330&cmpid=11816984086&agpid=115746094558&BU=Core&extid=23623707985&adpos=&gclid=Cj0KCQiA-JacBhC0ARIsAIxybyNYOgUxao5-SqfZhkTAbdUqw7nox4Tz3rA7Qd4fgpbAPAHfHD6uiYMaAhbREALw_wcB
- MARTÍN BARBERO, JESÚS (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO (2022). *Agentes Culturales, Artísticos y Patrimoniales: Un acercamiento a su caracterización y medición*. Departamento de Estudios Subsecretaría de las Culturas y las Artes. <http://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/3734>

- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO (2022). *Estadísticas Culturales. Informe Anual 2020*. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/estadisticas-culturales-informe-anual-2020/>
- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO (2019). *Estudio de mujeres artistas en la macroárea artes de la visualidad: brechas, barreras e inequidades de género en el campo artístico chileno*. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de www.observatorio.cultura.gob.cl/
- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO (2019). *Mujeres Artistas en el Campo de la Música: Barreras y Brechas de Género en el Sector Artístico Chileno*. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de www.observatorio.cultura.gob.cl
- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO (2021). *Plan Nacional de Desarrollo y Formación de Públicos 2021-2024*. Unidad de Programación y Públicos. <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-y-formacion-de-publicos-2021-2024/>
- NEWBIGIN, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. British Council - Cerlalc.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. www.unesco.org/es/guia-industrias-culturales.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (2022). *Introducción: plantear la cultura como un bien público global*. París: Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380479.locale=es>
- PARKER, M; CHENEY, G.; FOURNIER, V.; LAND C. (2014). *“The Routledge Companion to Alternative Organization”*. Londres: Routledge.
- PERFETTI, CHRISTINE (2005). *5-Second Tests: Measuring Your Site’s Content Pages User Interfaces Engineering*. Recuperado de http://www.uie.com/articles/five_second_test
- PINOCHET, CARLA; PETERS, TOMÁS; GUZMÁN, VICTORIA (2021). “La crisis COVID en el sector cultural chileno: estrategias de acción colectiva y políticas culturales desde abajo”. *Revista de Estudios Sociales* 78: 14-35. <https://doi.org/10.7440/res78.2021.02>
- PROCTOR, R. W., & SCHNEIDER, D. W. (2018). *Hick’s law for choice reaction time: A review*. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 71(6), 1281-1299.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (8 de septiembre de 2022). *Índice de Desarrollo Humano 2022: Chile mantiene primer lugar en la región, con desafíos persistentes en reducción de desigualdades*. Recuperado de

<https://www.undp.org/es/chile/noticias/indice-de-desarrollo-humano-2022-chile-mantiene-primer-lugar-en-la-region-con-desafios-persistentes-en-reduccion-de-desigualdades>.

- QUIJANO PATRICIA (2003). La mujer en el muralismo mexicano. *Primer Coloquio de Arte y Género. Memoria*, INMUJERES, pp. 235-239.
- RAMÍREZ, ALBERTO (2019). *Uso, efectividad y limitaciones del teléfono inteligente en la educación superior*.
- SERVICIO NACIONAL DE LA DISCAPACIDAD (2015). Segundo Estudio Nacional de Discapacidad (2015) del Ministerio de Desarrollo Social y Servicio Nacional de la Discapacidad. Rescatado de www.senadis.gob.cl
- SZPILBARG, D., & SAFERSTEIN, E. (2014). De la industria cultural a las industrias creativas: Un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos [PDF]. Mendoza: Revista anual del Grupo de Investigación de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas / INCIHUSA – CONICET.
- VENDIVEL, M. (2014). "Virtual Rebel Website: A Strategy to Increase User Engagement through Bounce Rate Analysis". UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 2154.
- VIVES, JUDITH. (3 de marzo de 2022). *Mujeres en la cultura: todavía faltan referentes*. La Vanguardia. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20220311/8114685/mujeres-cultura-todavia-faltan-referentes.html>