



Facultad de Educación Escuela de Humanidades y Ciencias
Carrera de Pedagogía en Educación Artística Mención Artes Visuales

**El Arte Visual y los Espacios Digitales:
Una Posibilidad de Difusión para Artistas Emergentes**

Seminario de Título para optar al Grado de Licenciado en Educación y
Profesor de Educación Artística
en Enseñanza Básica y Media con mención en Artes Visuales

Autor:
Albornoz Contreras Álvaro

Profesor Guía:
Jaime Martínez Iglesias, Profesor de Artes Plásticas Universidad de Chile,
Dr. Artes Visuales y Educación Universidad de Barcelona

**Santiago, Chile
2020**

i. Autorización Para Fines Académicos

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento.

ii. *Dedicatoria*

El presente estudio es el resultado de un proceso que se extiende más allá del inicio de esta investigación por un periodo de años. Considerando tal ocasión sus muy merecidos agradecimientos y reconocimientos les son presentados a continuación.

Mis agradecimientos a mi padre, por su apoyo incondicional e infinita paciencia (si, es infinita, lo comprobé incontables veces...y después seis veces más).

Mis agradecimientos a mi madre, por todo lo que me dio y a su memoria por ser parte de mí.

A mis hermanas, a quienes quiero mucho más de lo que pienso admitir, y a ese revoltoso que llego a llenar la casa de risas. Les agradezco por estar siempre a mi lado más allá de lo que puedo expresar.

iii. Resumen

La presente investigación consistió en una indagación del fenómeno de la difusión de obras de arte emergente en las plataformas digitales enfocado a dar respuestas a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las plataformas digital disponibles en Chile, que utilizan los artistas emergentes en Artes Visuales, para difundir su trabajo y favorecer su desarrollo artístico?, ¿Qué plataformas digitales prefieren los artistas emergentes en Chile para difundir su trabajo y cuáles son sus hábitos de publicación y sus percepciones respecto al aporte de estas páginas para su desarrollo artístico profesional?. Bajo estas premisas se prosiguió a recabar datos pertinentes al estudio del fenómeno planteado, en los lineamientos de una investigación de enfoque cualitativo del tipo analítico-descriptivo, interpretativo y micro etnográfico.

La indagación se desarrolló en torno a dos grandes instancias y cinco ejes principales, en primera instancia se realizó el estudio correspondiente a los ejes de las plataformas digitales, siendo el primer eje las páginas de museos, el segundo las páginas de las galerías, el tercer eje las redes sociales, el cuarto eje las páginas dedicadas a la difusión del arte. La segunda instancia se desarrolló abordando el quinto y último eje consistente en el análisis del comportamiento de los artistas visuales emergentes que difunden su arte en las plataformas digitales indagando, respecto a sus hábitos, preferencia y percepciones sobre la influencia de las plataformas web en su desarrollo artístico.

El extenso trabajo realizado, otorgó significativos resultados que abordan la accesibilidad, la efectividad y las dinámicas características de los medios existentes de difusión en el plano digital y el potencial que estos ofrecen. Los resultados producidos pueden constituir una guía para el desarrollo de los artistas emergentes en los espacios digitales y sentar bases para futuras investigaciones de este fenómeno.

iv. Palabras Claves:

Arte, Arte Visual, Artistas Emergentes, Museos, Galerías de Arte, Web, Plataformas Digitales, Páginas Web, Redes Sociales,

ÍNDICE

Contenido	Pág.
i. Autorización para fines Académicos.....	
ii. Dedicatoria.....	
iii. Resumen y Palabras Claves	
Introducción.....	1
Capítulo I: Problematicación	
1. Planteamiento del Problema	4
1.1 Preguntas de Investigación	5
1.2 Objetivos de la Investigación	5
1.3 Supuesto de Investigación	6
1.4 Fundamento Teórico Político.....	6
1.5 Políticas Públicas Referidas a la Tecnologías Digitales en Chile	6
1.5.1 Gobierno Digital.....	6
1.5.2 Legislación Informática de Chile.....	9
1.5.3 Agenda Digital 2020.....	12
1.6 Política Nacional de Cultura 2017 – 2022.....	17
1.6.1 Antecedentes de la Política Nacional de Cultura 2017 – 2022.....	18
1.6.2 Orientaciones de la Política Nacional de Cultura 2017 – 2022...-...	19
1.6.3 Marco Normativo de la Política Nacional de Cultura 2017 – 2022...	20
1.6.4 Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Cultura 2017-2022.....	23
1.7 Fundamento Teórico Empírico	24
1.7.1 Estudio sobre el uso de las Redes Sociales en Chile.....	25
Capítulo II. Marco Teórico	
2. Marco Teórico: Mapa Conceptual.....	29
2.1 El Arte.....	30
2.1.1 Las Rutas de Difusión del Arte.....	32
2.2 La Web.....	35
2.2.1 Las Plataformas Digitales.....	37
2.2.2 Las Redes Sociales.....	37
2.2.3 Plataformas Digitales Dedicadas a la Difusión del Arte.....	39
Capítulo III: Marco Metodológico	
3. Marco Metodológico: Mapa Conceptual.....	42
3.1 Paradigma (o Enfoque) de la Investigación.....	43
3.2 Diseño de la Investigación.....	44
3.3 Criterios de Rigor Científico.....	45
3.4 Pasos Metodológicos de la Investigación.....	46
3.5 Categorías y Sub categorías de la Investigación.....	47
3.6 La Muestra.....	48
3.6.1 Conformación del Muestreo.....	46
3.6.2 Procedencia, Género y Edad del Muestreo.....	48
3.6.3 Escenario de la Investigación	49
3.7 Instrumentos de Recogida de Información.....	49
3.7.1 Matriz de Análisis Documental.....	49
3.7.2 Encuesta Semiestructurada.....	49
3.7.2.1 Consistencia y Validación de la Encuesta Semiestructurada.....	50
Capítulo IV: Presentación de los Resultados	
4. Presentación de los Resultados.....	54
4.1 Matrices de Análisis Documental de Plataformas Digitales.....	54
4.1.1 Matrices de Análisis Documental de Páginas Web de Museos.....	54

ÍNDICE

Contenido	Pág.
4.1.2 Análisis de Información Obtenida de Páginas Web de Museos.....	58
4.2. Matrices de Análisis Documental para Páginas Web de Galerías de Arte.....	60
4.2.1 Análisis de Información Obtenida de Páginas Web de Galerías de Arte.....	64
4.3 Matrices de Análisis Documental de Redes Sociales	66
4.3.1 Análisis de Información Obtenida de Páginas Web de Redes Sociales	69
4.4 Matrices de Análisis Documental de Plataformas Dedicadas a la Difusión de Arte.....	72
4.4.1 Análisis de Información Obtenida de Plataformas Dedicadas a la Difusión de Arte.....	75
4.5 Análisis General de Información Obtenida de Plataformas Digitales	76
4.5.1 Muestra Gráfica de Obras de Artes Visuales Publicadas en la Web	78
4.6 Resultados de Indagación de Uso de Plataformas Digitales por Artistas Emergentes (Resultados Encuesta)	80
4.6.1 Análisis de los Resultados de Indagación de Uso de Plataformas Digitales por Artistas Emergentes (Resultados Encuesta)	85
4.7 Aplicación de los Resultados de la Investigación en el ámbito Pedagógico.....	87
4.7.1 Planificación de la Actividad Pedagógica	88
4.7.1 Portafolio.....	91
4.8 Conclusiones Generales de la Investigación.....	95
Capítulo V: Proyecciones	
5.1 Proyecciones de la Investigación.....	100
5.2 Bibliografía.....	102
5.2.1 Bibliografía Digital.....	103

Introducción

El tema que aborda el presente estudio proviene del análisis del paradigma de la web 2.0. Entendiéndose este concepto como una segunda fase de la internet, en la que los usuarios adquieren un rol activo mediante la publicación propia de información en lugar de limitarse a ser recipientes de información ya elaborada y además de la generación de espacios que facilitan la interacción entre usuarios. En promedio, los individuos usan las redes sociales durante un lapso de 2,15 horas al día, y la data indica que este periodo seguirá aumentando progresivamente (información publicada por Global Web Index, en febrero del año 2019). Durante ese lapso su “Feed” - espacio de contenido visualizado en una página web, extenso y desplazable - es invadido por un constante y prácticamente interminable flujo de contenido visual, el cual varía según los intereses del individuo y son registrados por algoritmos diseñados para nutrir dicho consumo (alimenta el espacio virtual de un individuo: “Feed”) con el fin de retener la atención de los usuarios, al estar inmersos en estas mecánicas de navegación. Cabe mencionar como ejemplo el documental de la plataforma Netflix titulado: El dilema de las Redes Sociales.

Los individuos vinculados a las artes visuales en distintos grados se ven implicados en estas dinámicas de distintas maneras. De manera pasiva como recipientes de contenido, de manera activa como creadores y difusores, variando su participación en estas dinámicas con distintas motivaciones. Lo más evidente y que en gran parte marca mi interés por este tópico, es la creciente relevancia del acceso a información de diversas calidades y categorías en los medios digitales y como este fenómeno comienza a cambiar las formas de interacción de los individuos con el arte, en sus distintas formas. Esta investigación nace por la búsqueda y necesidad de entender en parte la inconmensurable transformación cultural que el paradigma de la era digital implica y su efecto en el desarrollo artístico de los vinculados en este sistema. Ello mediante el estudio de las distintas plataformas que se presentan como piezas claves en este proceso de transformación cultural y como estas mismas conllevan al cambio de las estructuras en la esfera artística, para las audiencias, pero sobre todo, para los artistas que en la actualidad disponen de acceso a una zona, espacio distinta (o) a los circuitos artísticos tradicionales clásicos y las instituciones mediadoras del arte, de las cuales su desarrollo ha dependido durante gran parte de la historia del arte como la conocemos. Una realidad bastante distinta al contexto actual, podemos afirmar que no existía hace más de una década, Las innovaciones tecnológicas nos han llevado al que es uno de los contextos más interesantes e inéditos en la historia de la humanidad y del arte, en el cual los artistas tienen a su disposición una sobreabundancia de herramientas y recursos inimaginables (para generaciones anteriores) y que suponen una ventana abierta a nueva dimensión, y en este caso específico, del arte.

Al observar superficialmente el contexto generado por la revolución tecnológica de la era digital, presenciamos un fenómeno de rápido crecimiento que acapara cada vez más áreas en la sociedad moderna y este año 2020 por las condiciones de pandemia, Covid 19,

a nivel global, el mundo ha sido arrastrado al espacio digital de forma nunca antes registrada. Espacio que ya estaba anteriormente sosteniendo una considerable carga del funcionamiento, antes in situ, de las instituciones que sustentan nuestros estándares de vida a todo nivel.

El escenario actual mundial y nacional nos presenta una interesante imagen de lo que es un futuro cercano, el rol que los recursos digitales adquieren en distintas áreas de la sociedad.

Observando los distintos aspectos formales e ideológicos que pueden constituir el desarrollo artístico y como estos se presentan en los espacios virtuales se puede inferir que existe un gran potencial educativo en las herramientas de aprendizaje, creación, publicación y difusión del arte, y que estos aspectos se conforman en un fenómeno de transformación cultural que involucra profundamente a los individuos de las generaciones que han crecido en este contexto.

En un aspecto referente a lo cultural, de lo cual los estudiantes forman parte es importante observar los cambios que el paradigma de la era digital presenta en la escena artística y en la difusión del arte. En la actualidad los espacios digitales se han conformado como principal instancia de acercamiento al arte para una considerable parte de la población y como un punto de entrada para las nuevas generaciones de artistas cuyo alcance es potenciado por las estructuras de la red.

Principalmente la investigación que se presenta muestra dos instancias indagatorias, la primera consistente en la revisión exhaustiva de las plataformas digitales referidas a páginas web de museos y galerías de arte, redes sociales y plataformas dedicadas a la difusión de arte, para conocer cuáles son los reales espacios que le asignan a los artistas emergente para posibilitarle la exhibición y comercialización de sus obras, y así, posesionarse en el medio artístico nacional e internacional.

Y la segunda instancia, en la cual se procedió a la búsqueda de información referente a las preferencias, hábitos de uso y percepciones de artistas visuales emergentes, a través de la aplicación de un cuestionario. Esta data cuantificable y relatos anecdóticos dan a entender los matices de las experiencias de aquellos que difunden arte por medio de la red.

El valor investigativo de este tema, reside en el potencial educativo y cultural que presenta el paradigma digital para el desarrollo artístico tanto para los creadores de arte como para las audiencias, dicha información se posiciona como una pieza clave para la construcción de iniciativas que favorezcan su desarrollo bajo un entendimiento integral de cómo estos individuos y tecnologías participan en la transformación de lo artístico y cultural.

CAPÍTULO I
PROBLEMATIZACIÓN

1. Planteamiento del Problema

Como se hizo mención en la introducción de la presente investigación, desde el origen de la web 2.0 se puede observar un continuo crecimiento del rol de la internet en nuestro cotidiano, actualmente las personas invierten 2,15 horas diarias en promedio navegando en las redes sociales según un estudio publicado por Global Web Index en el año 2019, por otro lado el uso de las redes sociales en Chile aumentó en un 63% según el estudio de CADEM titulado “El Chile que viene” publicado en el mismo año (2019). Entre los muchos aspectos que se han transformado por la influencia de la web se encuentra nuestra interacción con la cultura, un ejemplo evidente de este hecho se puede observar claramente en uno de los aspectos más comerciales del arte/entretenimiento. El cine, en el cual los servicios de streaming¹ han prácticamente dejado en segundo plano la experiencia del cine, siendo esta una realidad no solo concerniente a las películas de corte más comercial, las llamadas Popcorn flick² sino también arrastrando a aquellas consideradas por la crítica como obras de arte. El estar inserto en el universo de la red produce la noción de que la misma realidad es la predominante en lo que respecta a las artes visuales, hoy en día, nuestras interacciones con obras de arte se llevan a cabo mayoritariamente mediante dispositivos digitales, estas abarcan un sinnúmero de obras exclusivas al espacio digital y obras expuestas en museos y galerías, este no es el caso solo de obras expuestas en instituciones más allá de nuestro alcance como el Museo del Louvre o The Metropolitan Museum of Art para el contexto chileno, sino que también sucede con obras expuestas en nuestra cercanía. Esta realidad, la de obra archivo, compartido por millones de usuarios y siendo las plataformas digitales el nuevo espacio de exposición ha dado espacio a una fascinante esfera artística cuyo impacto y valor cultural aún se encuentra en el terreno de lo indeterminado. El problema de esta investigación nace del deseo de entender, aunque sea de manera superficial, la naturaleza de esta esfera artística digital, el dominio que esta ha alcanzado en la cultura contemporánea y el comportamiento de los artistas que la navegan en el contexto nacional. Es así, como surgen múltiples preguntas destinadas a ayudar a entender este fenómeno, entre estas están: ¿En qué páginas o plataformas se concentra el arte en internet?, ¿Existen los medios para el crecimiento independiente de los artistas en la web?, ¿Cuáles son las percepciones y expectativas de los artistas emergentes respecto a la influencia del internet en su desarrollo?, ¿Cuáles son las plataformas digitales que ofrecen mayores facilidades para el desarrollo de los artistas emergentes?, estas y otras preguntas fueron condensadas para determinar las dos preguntas que guiarán esta investigación siendo estas: ¿Cuáles son las plataformas digitales disponibles en Chile, que utilizan los artistas emergentes en artes visuales, para

¹ Oxford Languages, define Streaming como una tecnología que permite ver y oír contenidos que se transmiten desde internet u otra red sin tener que descargar previamente los datos al dispositivo desde el que se visualiza y oye el archivo.

² Según The Free Dictionary by Farlex, se define como Popcorn Flick a aquellas películas que cumplen un rol de entretenimiento, pero no presentan una gran calidad, careciendo de riqueza emocional y profundidad intelectual.

difundir su trabajo y favorecer su desarrollo artístico? y ¿Qué plataformas digitales prefieren los artistas emergentes en Chile para difundir su trabajo y cuáles son sus hábitos de publicación?. Entorno a estas interrogantes se determinaron los objetivos generales y específicos a cumplir los cuales orientaron las acciones investigativas que llevaron a las respuestas de estas preguntas principales, las cuales se presentaran en las conclusiones de la investigación. Entendiendo las inconmensurables proporciones del fenómeno de la difusión del arte emergente en la red espero que esta investigación constituya un aporte para el avance en el entendimiento de esta compleja y cambiante realidad.

1.1 Preguntas de Investigación

1.1.1 Pregunta N°1:

¿Cuáles son las plataformas digitales disponibles en Chile, que utilizan los artistas emergentes en artes visuales, para difundir su trabajo y favorecer su desarrollo artístico?

1.1.2 Pregunta N°2:

¿Qué plataformas digitales prefieren los artistas emergentes en Chile para difundir su trabajo y cuáles son sus hábitos de publicación y sus percepciones respecto al aporte de estas páginas para su desarrollo artístico profesional?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivos Generales:

- a) Examinar y describir las plataformas digitales que los artistas emergentes emplean para difundir sus creaciones visuales y sus carreras artísticas.
- b) Determinar cuáles son las plataformas digitales que los artistas emergentes en Chile prefieren para difundir su trabajo artístico, estableciendo sus hábitos de publicación y percepciones respecto al uso de estas.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- a.1) Identificar distintas plataformas digitales y su influencia en la difusión de obras de arte visual de artistas emergentes.
- a.2) Analizar las funciones de las plataformas que la web ofrece para difundir y comercializar obras de producción visual propia para artistas emergentes en Chile y fuera de los circuitos artísticos tradicionales.
- b.1) Indagar en artistas emergentes, el uso que le dan a las plataformas digitales como vehículo de promoción y comercialización de su arte.
- b.2) Establecer las preferencias, hábitos y percepciones de los artistas emergentes en Chile en el uso de las plataformas digitales para la difusión de su obra y desarrollo artístico profesional.

1.3 Supuesto de Investigación

Los medios digitales disponibles en Chile, entre los que se destacan las redes sociales, particularmente Instagram, permiten por sí el desarrollo de los artistas emergentes y la construcción de sus carreras, sin necesidad de entrar en los circuitos tradicionales de arte ni interactuar con las instituciones que lo componen.

1.4 Fundamento Teórico Político

Para situar la problemática en el contexto teórico político, se desarrollarán distintos conceptos y antecedentes asociados a los dos campos relacionados con el presente estudio, como son las tecnologías digitales - en particular, las plataformas digitales - y el arte en Chile. Es importante resaltar que la escasez de información específica que concierne a la interrelación de estos dos campos dispuso un escenario dicotómico para el marco político de esta investigación abordando estos dos campos por separado.

1.5 Políticas Públicas Referidas a las Tecnologías Digitales en Chile

Para efectos del presente trabajo, se entenderá como política pública a una acción desarrollada por un gobierno con el objetivo de satisfacer una necesidad de la sociedad. A través de una política pública, las autoridades a cargo de la administración del Estado emplean los recursos disponibles para solucionar un problema o para responder a una demanda de la población. Cuando la noción se emplea en plural - políticas públicas - suele aludir al conjunto de los programas de un gobierno. Las políticas públicas, por lo tanto, son diseñadas y ejecutadas por los gobernantes (Pérez Porto y Gardey, 2019).

En este sentido Chile en los últimos 20 años, ha tenido un incremento sostenido de acciones tendientes a favorecer el desarrollo y uso de las tecnologías digitales en los diferentes ámbitos del país. No obstante, hay que señalar que este incremento no ha sido igualitario, favoreciendo en forma desigual los diferentes campos de progreso del país. Esto se explica en parte, debido a que no obstante las múltiples acciones implementadas al respecto, éstas se enmarcan en políticas de orden gubernamental quedando a juicio del gobierno de turno la prevalencia de una sobre otra, en este sentido, Chile aún no cuenta con una política pública explícita de orden estatal para lograr un desarrollo constante y equitativo en el desarrollo y uso de las tecnologías digitales en el crecimiento de los distintos espacios del quehacer país.

El cimiento para establecer políticas públicas respecto a las tecnologías digitales en Chile se inicia con la instauración del concepto de gobierno digital en el año 1994, para posteriormente continuar con la promulgación de una legislación informática y la concreción de una agenda digital.

1.5.1 Gobierno Digital

El concepto de gobierno digital es importante, porque como se señaló anteriormente, es un vértice esencial en el establecimiento de la postura país respecto al desarrollo y uso de las tecnologías digitales. Bajo esta premisa se considera cardinal revisar como se ha desarrollado esta concepción en Chile.

El gobierno digital como política pública nace con la creación del Comité Interministerial de Modernización de la Gestión Pública, el año 1994 durante el gobierno del presidente Eduardo Frei Ruíz-Tagle, donde se declara que es fundamental incorporar nuevas tecnologías de información en la gestión pública.

Como continuación de lo realizado por este comité, el gobierno del presidente Ricardo Lagos creó el Programa de Reforma y Modernización del Estado (PRYME), en el año 2000. Sus objetivos fueron más agresivos que los del comité anterior: rediseño institucional, descentralización y desconcentración, modernización de la gestión pública, participación ciudadana y transparencia en la gestión pública.

El año 2007, producto de una evaluación de la Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda – DIPRES -, el PRYME se discontinuó. Una de las razones fue que el PRYME no contaba con un documento constitutivo que definiera su ámbito de acción e institucionalidad, y en el año 2008 el equipo del PRYME se integró a la Secretaría Ejecutiva Estrategia Digital del Ministerio de Economía, cuyos objetivos estaban relacionados con implementar soluciones innovadoras y más integradas del ámbito de la cartera, enfocadas en la calidad de atención de los ciudadanos; mayor uso de las TIC como instrumentos para apoyar la transparencia, el acceso a la información pública y la participación; profundización en el desarrollo del gobierno electrónico local, así como en el sector salud; y apoyo al mejoramiento de la competitividad de empresas mediante el uso de TIC.

El año 2011, bajo el gobierno del presidente Sebastián Piñera, el equipo regresa al Ministerio Secretaría General de la Presidencia – SEGPRES - , a la Unidad de Modernización y Gobierno Digital, con ejes que se centraron en gobierno abierto, facilitando el acceso y uso de la información pública y centrado en la apertura de datos; gobierno cercano, con énfasis en facilitar la búsqueda y el acceso a todos los servicios y beneficios del Estado; y gobierno eficiente, mejorando los servicios, por medio de la integración, cadena de valor de procesos orientados a los ciudadanos. Finalmente, el año 2017, la unidad se transforma en la actual División de Gobierno Digital, cuyo objetivo fue implementar la transformación digital del Estado, coordinando y asesorando intersectorialmente a los órganos de la administración pública en el uso estratégico de las tecnologías digitales, apoyando su uso, datos e información pública para mejorar la gestión y la entrega de servicios cercanos y de calidad a las personas.

Como complemento, la agenda de modernización del Estado del año 2019 liderada por el presidente Sebastián Piñera priorizó el desarrollo de tres estrategias de transformación,

que van en la línea aquí analizada: transformación digital, gobierno basado en datos; y servicios compartidos. Estos tres ejes transversales -si bien son posibles de ampliar- están en las competencias esenciales de la División de Gobierno Digital. La agenda de modernización se gestiona con un gobierno corporativo que es la Secretaría Técnica *ad hoc* que depende del Ministerio de Hacienda y con vinculaciones con el segundo piso de la Casa de Gobierno, y que coordina al nuevo consejo permanente de modernización del Estado, instancia que se ha comprometido a discutir y resolver los principales nudos de gestión radicados dentro del Estado, y con la necesidad de visualizar las presentes y futuras demandas de reformas basadas en mejorar la gestión, apuntando a la eficacia y eficiencia del estado. Este gobierno corporativo debe monitorear el seguimiento de la agenda de modernización y generar las coordinaciones necesarias para avanzar con éxito en esta agenda, teniendo la capacidad de llegar a todo el espectro institucional.

El gobierno corporativo del ecosistema de modernización del estado debe ser parte en forma sistemática del centro de gobierno, este último estratégicamente planificado y liderado por SEGPRES, dado que tiene mandato legal para esta función, que defina lineamientos de largo plazo y con coordinaciones ejecutivas que decanten en proyectos que vinculen a diversas instituciones para su desarrollo. El gobierno corporativo de la modernización del Estado debe pensarse como una instancia extremadamente estable, que de preferencia no responda a los tiempos políticos gubernamentales, y que sea elegido por la Alta Dirección Pública, con una mirada técnica y estratégica, con profesionales que no solo entiendan lo medular del centro de gobierno, sino la importancia de la política digital dentro del Estado. Una de sus instituciones fuertes de apoyo debe ser la División de Gobierno Digital, que en términos normativos concentra todas las funciones para asumir, y la División de Coordinación Interministerial, ambos de SEGPRES. Este gobierno corporativo debe mostrar una fluida relación con el Parlamento, el cual, a su vez, debería pensar en forma sería la creación de una comisión parlamentaria permanente de modernización del Estado, con una secretaría que trabaje con las comisiones ya existentes, en vistas de darle sentido y coordinación a las nuevas iniciativas de programas y proyectos que se aprueban por ley para asegurar su correcto ensamblaje con los procesos de transformación y de modernización de la gestión pública que se están desarrollando en el Estado (Pinilla y Vásquez, 2020)

En resumen en la actualidad el Gobierno Digital es la División encargada de la Transformación Digital del Estado y tiene la misión de cumplir con el nuevo mandato legal del Ministerio Secretaría General de la Presidencia (SEGPRES): coordinar y asesorar intersectorialmente a los órganos de la Administración del Estado en el uso estratégico de las tecnologías digitales, apoyando su uso, datos e información pública para mejorar la gestión y la entrega de servicios cercanos y de calidad a las personas.

Las soluciones digitales implementadas son de uso gratuito para las Instituciones para procesos transversales de la administración pública o que permitan realizar una función

que facilite la Transformación Digital de la Institución y del Estado. Ejemplo de estas soluciones son:

- a) **Clave Única:** es un servicio de autenticación personal que facilita el acceso a los trámites y servicios que las instituciones del Estado ponen a disposición de los ciudadanos. Actualmente los tramites que requieren esta clave alcanzan el 55% (RNT-Chile, 2020)
- b) **Firma.gob:** es un portal que contiene información general sobre la firma electrónica en Chile, y es el punto de acceso para la obtención y gestión de los certificados de firma electrónica para las instituciones públicas.
- c) **Datos.gob.cl:** es un portal web donde se puede encontrar un conjunto de información pública del gobierno de manera fácil. Para ello, en algunos casos, la información está publicada en más de un formato. Este sitio contiene un buscador y catálogos con diversas categorías para ayudar la búsqueda de la información. También se puede encontrar información geo-referenciada y archivos de imágenes. Algunos de estos datos ya están disponibles en diversos sitios de gobierno, pero www.datos.gob.cl los reúne en un solo sitio web donde se pueden realizar búsquedas.
- d) **Doc.digital:** es una plataforma de comunicaciones oficiales del estado que permite, cargar, visar, firmar electrónicamente, enumerar y distribuir documentos.
- e) **Registro Nacional de Tramites –RNT-:** contiene la lista oficial de trámites ofrecidos por las instituciones públicas, sus principales características, tales como el nivel de digitalización, uso de Clave Única, si requiere de pago para su realización, si solicita documentos notariados, entre otros. A partir de la información del RNT, las instituciones pueden diseñar un plan de digitalización para alcanzar la meta propuesta, sobre la cual se hará seguimiento trimestral del estado de avance.

A modo de corolario, se puede afirmar que las soluciones digitales han cobrado una relevancia fundamental en estos tiempos de confinamiento a causa de la pandemia del COVID 19, lo que reafirma la necesidad de seguir avanzando hacia un gobierno digital con mayor desarrollo tecnológico y acceso universal.

1.5.2 Legislación Informática de Chile

En la revisión de la normativa jurídica referida al uso de las tecnologías digitales, se pudo constatar que ésta se limita a una serie de leyes referidas al uso de la informática. Respecto a leyes específicas que relacionen los dos ámbitos concernientes a la presente investigación - tecnologías digitales y arte – no se encontró ninguna.

La normativa jurídica que más importancia tienen en Chile en el ámbito de la Informática tiene relación con:

- a) **Documentos Electrónicos y Firma Electrónica:**
 - Ley N° 19.799, promulgada el 25 de marzo de 2002. Sobre documentos electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma.

- Decreto N° 181, promulgado el 09 de julio de 2002. Aprueba reglamento de la Ley 19.799 sobre documentos electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma.
 - Resolución N° 759, promulgada el 23 de diciembre de 2003. Fija normas de procedimientos sobre rendición de cuentas.
 - Decreto N° 83, junio de 2004 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia. Aprueba norma técnica para los órganos de la administración del Estado sobre seguridad y confidencialidad de los documentos electrónicos. (Publicado el 12 de enero de 2005).
 - Ley N° 20.217 de 5 de octubre de 2007. Modifica el Código de Procedimiento y la Ley N° 19.799 sobre documento electrónico, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma. (Publicada el 12 de noviembre de 2007).
- b) Comercio, Contratación y Factura Electrónica:
- Decreto N° 1.312, promulgado el 22 de septiembre de 1999. Establece sistema de información de compras y contrataciones públicas.
 - Ley N° 19.886, promulgada el 11 de julio de 2003. Ley de bases sobre contratos administrativos de suministro y prestación de servicios.
 - Ley N° 19.983, promulgada el 12 de noviembre de 2004. Regula la transferencia y otorga mérito ejecutivo a copia de la factura.
- c) Protección de Datos Personales y Privacidad:
- Ley N° 19.628, promulgada el 18 de agosto de 1999 (texto original, sin modificaciones posteriores).
 - Decreto N° 779/2000 de 24 de agosto de 2000. Reglamentación de la Ley N° 19.628 que regula el Registro de Bancos de Datos Personales a Cargo de los Organismos Público.
 - Recomendaciones del Consejo para la Transparencia, de 14 de septiembre de 2011, sobre datos personales en manos de la Administración del Estado.
 - Ley N° 20.575 de 14 de febrero de 2012, que establece el principio de finalidad en el tratamiento de datos personales.
 - El 13 de marzo de 2017 la presidenta Michelle Bachelet firmó la iniciativa que contempla la creación de una Agencia de Protección de Datos Personales, donde los afectados podrán iniciar un procedimiento de tutela de sus derechos. Proyecto de Ley.
 - Ley N° 21.096 de 5 de junio de 2018, que consagra el Derecho a Protección de los Datos Personales.
- d) Sobre Protección de la Vida Privada:
- Artículo N° 19.4 de la Constitución. (Modificado por la Ley 21.096 de 5 de junio de 2018)
 - Ley N° 19.628, del 28 de agosto de 1999. Protección a la Vida Privada.
 - Decreto N° 779, promulgado el 24 de agosto de 2000. Aprueba reglamento de registro de banco de datos personales a cargo de organismos públicos.
 - Decreto N° 26, promulgado el 28 de enero de 2001. Reglamento sobre el secreto o reserva de los actos y documentos de la administración del Estado.
 - Ley N° 19.812, de 13 de junio, de 2002. Modificación de la Ley N° 19.628.

- Ley N° 20.463, de 25 de octubre de 2010. Modificación de la Ley N° 19.628.
 - Ley N° 20.521, de 23 de julio de 2011. Modificación de la Ley N° 19.628.
 - Ley N° 20.575, de 17 de febrero de 2012. Modificación de la Ley N° 19.628.
- e) Protección al Consumidor:
- Ley N° 19.496, promulgada el 07 de febrero de 1997. Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.
 - Ley N° 20.453, promulgada el 18 de agosto de 2010. Consagra el principio de neutralidad en la red para consumidores y usuarios de Internet.
- f) Telecomunicaciones:
- Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones.
 - Ley N° 19.605 que modifica el artículo 30° J de la Ley N° 18.168 de 1982, Ley General de Telecomunicaciones.
 - Ley N° 19.724 reemplaza el Título IV de la Ley N° 18.168, de 1982, Ley General de Telecomunicaciones.
 - Ley N° 20.453, promulgada el 18 de agosto de 2010. Consagra el principio de Neutralidad en la Red para los Consumidores y Usuarios de Internet.
- g) Transparencia:
- Recomendaciones del Consejo para la Transparencia, de 14 de septiembre de 2011, sobre datos personales en manos de la Administración del Estado.
 - Ley N° 20.285 de 20 de agosto de 2008 sobre Acceso a la Información Pública.
- h) Delitos informáticos:
- Ley N° 19.223, promulgada el 28 de mayo de 1993. Tipifica figuras penales relativas a la informática.
 - Ley N° 19.927, promulgada el 05 de enero de 2004. Modifica el Código Penal, el Código de Procedimiento Penal y el Código Procesal Penal en materia de delitos de pornografía infantil.
 - Proyecto de Ley, Boletín N° 3083-07. Título del proyecto: Modifica el Código Penal con el objeto de recepcionar, en los tipos penales tradicionales, nuevas formas delictivas surgidas a partir del desarrollo de la informática. Resumen: El proyecto propone una serie de modificaciones al Código Penal, con el objeto de recepcionar en los tipos penales tradicionales nuevas formas delictivas surgidas a partir del desarrollo de la informática. De esta forma se pretende llenar los vacíos o dificultades que aún después de la Ley N° 19.223 subsisten en nuestro ordenamiento penal.
- i) Propiedad Intelectual:
- Ley N° 17.336, promulgada el 28 de agosto de 1970. Propiedad Intelectual.
 - Ley N° 19.039, promulgada el 24 de enero de 1991.
 - Última Modificación: Ley n° 19.928, promulgada el 07 de enero de 2004. Sobre Fomento de la Música Chilena.
 - Ley N° 20.435 de 4 de mayo de 2010, Ley que modifica la Ley N° 17.336 Ley de Propiedad Intelectual.

j) Propiedad Industrial:

- Última Modificación: Ley N° 19.996, promulgada el 25 de febrero de 2005. Modifica la Ley N° 19.039, sobre Propiedad Industrial.

k) Registro de Nombres del Dominio CL:

- En Chile existe el Registro de Nombres del Dominio CL, denominado NIC Chile (Network Information Center Chile), es administrado por el Departamento de Ciencias de la Computación de la Universidad de Chile por delegación de la IANA (Internet Assigned Numbers Authority).

En su mayoría el conjunto de leyes referidas a la normativa jurídica de la informática data de solo hace 21 años, observándose que en el año 1999 se inicia la promulgación de las más antiguas, a excepción de dos leyes promulgadas en el año 1970 y 1982 en los ámbitos de la propiedad intelectual y telecomunicaciones respectivamente.

Los datos expuestos con anterioridad fueron extraídos de informática jurídica.com, elaborada por el abogado Miguel Ángel Merino Guerrero, de la Universidad Diego Portales.

1.5.3 Agenda Digital 2020

Las políticas públicas vigentes, enfocadas en el fomento de la conectividad en Chile, se enmarcan en la Agenda Digital 2020, la cual, en una coherencia sinérgica con la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, aspiran alcanzar un desarrollo digital inclusivo y sostenible, generando más y mejores oportunidades a través del uso masivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La Agenda Digital 2020 se dio a conocer en el mes de noviembre del año 2015 bajo la presidencia de Michelle Bachelet y establece los lineamientos estratégicos que impulsará el gobierno para el desarrollo de las tecnologías de la información (TI) durante los próximos cinco años.

Según lo que indica la Agenda Digital 2020, la gestión de la Subsecretaría de Telecomunicaciones ha permitido que el sector invierta alrededor de los 10.726 millones de dólares en los últimos 5 años, con un promedio anual del orden de 2.145 millones de dólares, equivalentes a 120 dólares por habitante (Cifras extraídas de, Chile: Ecosistema Digital 2017/2030 de la Subsecretaria de Telecomunicaciones)

La Agenda Digital 2020 es una agenda al servicio de las adecuaciones que el entorno requiera, apuntando a un uso masivo de las tecnologías para reducir las desigualdades y la apertura de horizontes para el desarrollo del país. Las características de mayor relevancia de esta Agenda son:

- Presentar medidas concretas, estructuradas a partir del trabajo realizado por una alianza público-privada, formada por representantes del sector público, empresarial, académico y de la sociedad civil.
- Es una agenda flexible, que permite realizar adecuaciones según demandas del entorno que así lo ameriten, pudiendo sumarse nuevas medidas o desafíos estratégicos de alto impacto.
- La Agenda aspira a que el uso masivo de las tecnologías se transforme en un medio para reducir las desigualdades, que permita abrir más y mejores oportunidades de desarrollo, y contribuir al respeto de los derechos de todos los habitantes de Chile.

La Agenda Digital 2020 se construyó a partir de la conformación de un equipo de trabajo integrado por representantes de los tres ministerios más directamente relacionados con las políticas de Desarrollo Digital del país, los cuales, según su sector, se hicieron cargo de cada eje de la Agenda.

Los Ministerios son:

- Secretaría General de la Presidencia
- Economía, Fomento y Turismo
- Transporte y Telecomunicaciones

También se contó con la participación del Ministerio de Hacienda en el equipo de trabajo, quienes tuvieron la labor de validar todos los aspectos presupuestarios en los que algunas medidas incurrían.

Otras características del proceso fueron:

Instancia más amplia de participación, que incluyó a representantes de instituciones públicas, el sector privado, la academia y la sociedad civil, que se denominó “Consejo Público Privado de Desarrollo Digital”.

Se conformaron 8 mesas temáticas, donde participaron más de 100 actores, con representantes de las 15 regiones, totalizando más de 100 horas de trabajo, que dieron como resultado una lista de 60 medidas para integrar la agenda digital.

El contenido de la agenda digital se estructura en 5 ejes que establecen lineamientos estratégicos que se materializan en 60 medidas.

Ejes de la Agenda Digital 2020 y sus líneas de acción:

Eje N°1

Derechos para el Desarrollo Digital: este eje contempla la adecuación del marco normativo vigente, ante nuevos fenómenos sociales de participación de la población frente al desarrollo de las tecnologías de información y comunicación.

Líneas de acción Eje N°1:

- Desarrollar un marco normativo para el entorno digital
- Trabajar en el pleno respeto de los derechos fundamentales en el desarrollo digital

Eje N°2

Conectividad Digital: este eje tiene como principal desafío el lograr que todo Chile esté conectado digitalmente, con redes de alta velocidad y calidad, a precios accesibles para la población.

Líneas de acción Eje N°2:

- Masificar el acceso digital de calidad para todas y todos
- Mejorar las condiciones habilitantes para un servicio de conectividad de mayor calidad

Eje N°3

Gobierno Digital: el foco de este eje está en alcanzar un Estado que responda a las demandas ciudadanas en forma oportuna, eficiente y eficaz, y en igualdad de condiciones. Sin importar la ubicación geográfica, mejorando así sustantivamente la calidad de vida de las personas y la confianza en las instituciones.

Líneas de acción Eje N°3:

- Masificar el uso de los servicios en línea del Estado y garantizar su calidad
- Apoyar las políticas sectoriales del Estado, mediante el uso de la tecnología
- Fortalecer un Estado abierto y transparente
- Promover un Estado más dinámico e innovador

Eje N°4

Economía Digital: este eje consiste en fomentar el desarrollo de la economía digital como herramienta para contribuir al crecimiento del país, la diversificación y la sofisticación de la economía.

Líneas de acción Eje N°4:

- Transformar la empresa digitalmente
- Impulsar el crecimiento del sector TIC
- Promover el emprendimiento y la innovación digital

Eje N°5

Competencias Digitales: el principal desafío de este eje es mejorar la calidad de la educación a través de contenidos y recursos tecnológicos orientados a docentes y estudiantes. Además, facilitar la empleabilidad y la inserción laboral de quienes egresan de carreras técnicas y profesionales en TIC.

Líneas de acción Eje N°5:

- Mejorar la calidad de la educación mediante tecnologías digitales
- Abrir oportunidades laborales en la era digital

Para el cumplimiento de la Agenda Digital se estableció un Comité de Ministros, éste comité para el Desarrollo Digital, fue creado mediante el Decreto N°1 del 2016 de SEGPRES y es la instancia asesora presidencial cuyo objetivo es asesorar al Presidente de la República en la formulación de la Política Nacional de Desarrollo Digital, así como en la fijación de las orientaciones, programas y acciones necesarias para su implementación, dentro del ámbito de las competencias de cada uno de sus integrantes. El Comité de Ministros debe tener una instancia de reunión semestral. Sin perjuicio de lo anterior, su presidente podrá convocar a sesiones extraordinarias, en caso de que así lo considere pertinente, o bien, cuando así se lo requiera uno de los miembros titulares del Comité de Ministros.

Los integrantes del Comité son las autoridades de los siguientes Ministerios:

- Ministerio Secretaría General de la Presidencia
- Ministerio del Interior y Seguridad Pública
- Ministerio de Hacienda
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Salud
- Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones

Con el propósito de facilitar el desarrollo de las labores de coordinación interministerial y hacer seguimiento de los respectivos planes de acción de la Agenda Digital 2020, como también de las decisiones y orientaciones que adopte el Comité de Ministros, se estableció Secretaria Ejecutiva, la cual deberá reunirse en sesiones mensuales. Sin embargo, su presidenta podrá convocar a sesiones extraordinarias, en caso de que así lo considere pertinente, o bien, cuando así se lo requiera uno de los miembros de la Secretaría Ejecutiva.

Los integrantes de la Secretaria Ejecutiva son los Subsecretarios(as) de:

Hacienda

- General de la Presidencia, quien la presidirá.
- Economía y Empresas de Menor Tamaño
- Telecomunicaciones.

Respecto al seguimiento de la Agenda Digital 2020, la evaluación realizada en el mes de enero del presente año (2020) arroja los siguientes resultados:

Cuadro N°1: Resultados Medidas de la Agenda Digital

Medidas Agenda Digital 2020	Medidas Agenda Digital 2020 en Proceso	Medidas Agenda Digital 2020 Cumplidas
63*	39	24
100%	62%	38%

Fuente: <http://www.agendadigital.gob.cl/#/seguimiento>

* La Agenda Digital 2020 contempló 60 medidas en su origen, éstas se modificaron a 63 medidas debido a los ajustes producidos durante su implementación.

La revisión del cumplimiento de la Agenda Digital por cada uno de sus ejes, muestran los siguientes resultados:

Cuadro N°2: Resultados Cumplimientos Ejes de la Agenda Digital

Eje Estratégico	% de Avance	N° de Medidas	Medidas en Proceso	Medidas Cumplidas
Eje N°1 Derechos para el Desarrollo Digital	74%	9	7	2
Eje N°2 Conectividad Digital	92%	12	5	7
Eje N°3 Gobierno Digital	82%	18	8	10
Eje N°4 Economía Digital	85%	15	10	5
Eje N°5 Competencias Digitales	69%	9	9	0

Fuente: <http://www.agendadigital.gob.cl/#/seguimiento>

La evaluación final de la Agenda Digital 2020 debe realizarse a finales del presente año, con los resultados obtenidos, se debe realizar un análisis evaluativo para planificar los pasos a seguir en cuanto a la nueva agenda digital.

A continuación, y de igual manera como se abordó el marco político de las tecnologías digitales, se presentará el marco político del ámbito de las artes en Chile. Este marco se concretiza en la Política Nacional de Cultura 2017-2022.

1.6 Política Nacional de Cultura 2017-2022

La Política Nacional de Cultura 2017-2022 se da en el contexto de la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y es el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), el organismo encargado de darla a conocer. Este documento concibe a la cultura al centro del desarrollo humano con un marcado énfasis en la participación desde la territorialidad y un enfoque en los derechos de la ciudadanía cultural. Esta hoja de ruta es fruto de un proceso amplio y participativo que comenzó en 2014, y contempló la participación de más de 5 mil personas en 90 encuentros ciudadanos.

La Política Nacional de Cultura 2017-2022, denominada “Cultura y Desarrollo Humano: Derechos y Territorio”, define los lineamientos y orientaciones del quehacer del Estado en el campo cultural para los próximos cinco años.

Si bien en ejercicios de diseño de políticas anteriores, las regiones y los sectores artísticos tenían como marco una Política Nacional previamente aprobada, en el proceso de renovación actual esta lógica se invirtió. La formulación de las Políticas Culturales se realizó primero desde los territorios y los sectores artísticos y fueron estas políticas las que alimentaron la Política Cultural Nacional.

Es así como, no son las diferentes regiones del país ni los distintos sectores artísticos los que deberán aplicar una política pensada en el nivel central, sino que la Política Nacional recoge la diversidad existente en nuestro territorio y en los sectores artísticos. Por esta razón, en el diseño del proceso de construcción de las Políticas Culturales se contempló primero la elaboración de las Políticas Sectoriales (entre 2015 y el primer semestre de 2017) y luego de las Políticas Regionales (en el segundo semestre de 2017).

Es de relevancia para entender la Política Nacional de Cultural, abordar la definición de Política Cultural y sus diferentes tipos. Se entenderán como Políticas Culturales al conjunto de orientaciones y decisiones que el Estado -con la participación de organizaciones de la sociedad civil y grupos comunitarios- diseña y ejecuta con la finalidad de facilitar la consecución de objetivos considerados necesarios o deseables en el ámbito de la cultura en general o respecto de un sector cultural o disciplina específica. Esta política cultural debe materializarse tras un amplio acuerdo entre los beneficiarios directos, la institucionalidad y los expertos involucrados. Todos ellos participan activamente durante su proceso de diseño y formulación y considera el desarrollo de ciertos objetivos (cambiar un estado de las cosas percibido como problemático o insatisfactorio) junto con determinados instrumentos o medios para su consecución.

Por consiguiente, las políticas culturales funcionan como cartas de navegación de la acción del Estado en el campo cultural, permitiendo definir los lineamientos, prioridades y articular a sus distintos ministerios, servicios y agentes culturales, para lograr que su abordaje sea integral y efectivo.

Existen tres grandes tipos de políticas culturales: Política Nacional, Políticas Sectoriales y Políticas Regionales:

- a) La **Política Nacional** define los lineamientos y orientaciones del quehacer del Estado en el campo cultural válidos para el país en su conjunto.
- b) Las Políticas **Regionales**, en tanto, se hacen cargo de las particularidades territoriales existentes a lo largo de Chile, fijando los criterios que guían la acción pública en materia cultural en cada una de las 15 regiones.
- c) Las **Políticas Sectoriales**, por último, establecen los objetivos y medidas para promover el desarrollo de cada uno de las áreas artísticas o industrias creativas que forman parte del campo cultural.

1.6.1 Antecedentes de la Política Nacional de Cultural 2017 - 2022

Para contextualizar la presente Política Nacional de Cultural, se hace necesario revisar los antecedentes que dan origen a ésta. Dos ciclos de formulación e implementación de políticas culturales en Chile preceden al ejercicio actual: Chile Quiere más Cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010 y Política Cultural 2011-2016.

Durante el gobierno de Ricardo Lagos, y bajo la administración del Ministro Presidente del CNCA José Weinstein, el primer Directorio Nacional aprobó la publicación de Chile Quiere más Cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010, la síntesis final de un proceso colectivo que comprometió la participación de sus trece consejos regionales y de los comités consultivos, así como entrevistas a los expertos extranjeros que participaron en seminarios y simposios organizados por el CNCA (fue el caso, por ejemplo, de especialistas en derechos de autor e industrias creativas).

Gran parte de sus contenidos fueron definidos en la Primera Convención Nacional de la Cultura, realizada en Valparaíso en agosto del 2004, en la que participaron más de 110 miembros de la institucionalidad cultural, con la finalidad de proyectar los ámbitos prioritarios en los que se debería centrar la primera política cultural del país.

En Chile Quiere más Cultura, el concepto de desarrollo funciona como marco político-ideológico y fundacional de la política cultural. Su función estriba en su capacidad para, desde la noción de desarrollo utilizada - que se encuentra en sintonía con los conceptos de la Unesco sobre desarrollo y cultura -, proyectar líneas estratégicas de largo plazo en materias culturales, concretadas en actividades y programas con impacto en la ciudadanía, en los sectores económicos vinculados a la producción cultural y en el rescate y salvaguarda patrimonial. De este modo, se marca el apoyo y preservación cultural como vía para participar de la sociedad global, con un estilo de desarrollo propio y distintivo.

Es posible observar que, en primera instancia, el documento hace explícito el interés por diferenciarse de lo acontecido en dictadura en materia de cultura, dando cuenta

de la expansión del ámbito en el país y la correlativa respuesta institucional, a dos años de la creación del CNCA. Al respecto, es posible ubicar este primer esfuerzo en la línea de democratización de la cultura, cuyas raíces fueron las Comisiones Garretón e Ivelic, correspondiente al primer momento del trabajo gubernamental en el ámbito de la cultura en Chile.

El año 2011, durante el gobierno de Sebastián Piñera, y bajo la administración del Ministro Presidente del CNCA Luciano Cruz-Coke, se publicó la Política Cultural 2011-2016, cuyo énfasis estaba en el carácter consultivo ya iniciado con el proceso de convenciones macrozonales 2009 (instancias internas de reunión de consejeros regionales por macrozonas) e informes de Balance de la Política Nacional 2005-2010. La elaboración de la Política Cultural fue conducida por la Comisión de Políticas Culturales, conformada por el Subdirector Nacional, un Comité del Directorio Nacional y la Unidad de Estudios (CNCA, 2011a). Paralelamente, se desarrolla la formulación de las políticas culturales regionales en cada una de las 15 regiones del país, incorporando a las recientemente creadas regiones de Arica y Parinacota y Los Ríos, que no contaban con una política cultural.

Los contenidos de esa Política Cultural se expresan en directa continuidad con la ley que crea el CNCA y su objeto, según la cual la acción pública en cultura se despliega en tres ámbitos: i) promover el desarrollo de las artes, ii) el acceso y la participación ciudadana y iii) el resguardo del patrimonio cultural. Precisamente, estos serán los tres ejes o pilares de la Política Cultural 2011-2016.

A diferencia de los ejercicios anteriores de política pública en cultura, las políticas regionales de cultura fueron la base para estructurar la Política Nacional de Cultura 2017-2022, vale decir, hay un desplazamiento de una lógica “arriba abajo” o top-down (política nacional como marco) a una desde “abajo arriba” o bottom-up. En efecto, este tercer ciclo de políticas consideró el proceso de tránsito al Ministerio, comenzando con la definición de problemáticas y propuestas en las regiones, que a su vez fue insumo para la configuración y diseño de la Política Nacional, permitiendo la visibilización de los territorios tal como lo sustenta y explicita la nueva institucionalidad.

1.6.2 Orientaciones de la Política Nacional de Cultura 2017-2022

La construcción de las Orientaciones y Objetivos Estratégicos de la Política Nacional de Cultura 2017-2022, se basó en las propuestas realizadas en la Convención Nacional 2017 para cada temática cultural a partir de los diagnósticos y problemáticas sistematizados en los encuentros regionales.

La fase siguiente, reunió al equipo programático del CNCA y de la DIBAM, en torno a la jerarquización y formulación de las propuestas de objetivos. En un tercer momento, el equipo técnico realizó un análisis global de la información, definiendo orientaciones

generales que dan estructura a las propuestas en coherencia a los objetivos institucionales y al marco teórico propuesto.

La Política Nacional de Cultura 2017-2022 cuenta con diez orientaciones y 46 objetivos estratégicos, a continuación, se detallarán las 10 orientaciones claves de esta política:

- a) Cultura como pilar del desarrollo sostenible, resguardando los derechos culturales de las generaciones por venir tanto a nivel local como nacional.
- b) Una creación libre y diversa, tanto individual como colectiva, socialmente valorada, respetando la propiedad intelectual y los derechos de autor.
- c) Un campo artístico-cultural fortalecido, estable y sostenible que respete los derechos laborales de los trabajadores de la cultura.
- d) Ciudadanías activas y con incidencia en la acción pública en cultura.
- e) Una participación cultural de todas las personas, basado en el principio de no discriminación.
- f) La interculturalidad y la diversidad cultural como fuente de riqueza para la sociedad en su conjunto.
- g) El patrimonio como un bien público y una construcción social, donde las comunidades colaboren con aquellos referentes significativos que les dan sentido e identidad.
- h) Memorias históricas y colectivas reconocidas, valoradas y (re)construidas en coherencia con la institucionalidad y las comunidades.
- i) Una educación integral que considera a las artes, la cultura y el patrimonio como componentes fundamentales en el desarrollo de las personas y de la comunidad.
- j) Procesos innovadores y diversos de mediación cultural, artística y patrimonial, para una ciudadanía activa y en pleno conocimiento de sus derechos culturales.

1.6.3 Marco Normativo de la Política Cultura Nacional 2017-2022

La presente Política se materializa en gran medida en las normas e instituciones que inciden en el reconocimiento y desarrollo de las culturas, las artes y el patrimonio. La Ley N° 21.045, que crea el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, promulgada el 3 de noviembre de 2017, es un ejemplo de cómo preceptos legales y entidades con competencias sólidas en la materia pueden propiciar un ambiente favorable para proteger y promover la diversidad cultural, garantizar la participación cultural, el reconocimiento de las culturas territoriales, el reconocimiento del patrimonio como bien público, y fomentar la actividad y el trabajo creativo, entre otros objetivos planteados en este documento.

La Ley N°21.045 proporciona y perfecciona herramientas necesarias para concretar los mandatos de los tratados internacionales y de la Constitución Política de la República en

la materia, y otorga un contexto más macizo para la aplicación del entramado jurídico ya existente en que se desenvuelve la actividad cultural, artística y patrimonial.

A continuación, se expondrá la normativa legal vigente según los más importantes ámbitos de acción de ésta:

a) **Protección e incremento del patrimonio cultural de la nación.** Ésta es la fuente constitucional directa de los programas e instrumentos estatales que permiten la participación cultural, el acceso a la cultura y a las posibilidades de manifestación artística y patrimonial y la salvaguarda de los bienes tangibles e intangibles de valor simbólico. Artículo 19 N° 10 de la Constitución Política de la República de Chile.

b) **Libertad de expresión,** Artículo 19 N° 12 de la Constitución Política de la República de Chile; Ley N° 19.733, Sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo; Artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos; Artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos), que asegura el derecho de todas las personas a manifestarse sin censura previa. Y ligada a esta, la libertad de crear y difundir las artes, Artículo 19 N° 25 de la Constitución Política de la República de Chile; Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos; Artículo 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, que especifica la de expresión en relación con el contenido de las obras artísticas. Ambas son la base de la protección y promoción de la diversidad cultural - principio primordial de la presente Política, siguiendo los mandatos de la Unesco en la materia -, permitiendo la coexistencia, desarrollo, transmisión y diálogo de la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades.

c) **Propiedad intelectual,** Artículo 19 N° 25 de la Constitución Política de la República. La protección del derecho de autor y de los derechos conexos - de cuya promoción se encarga el Departamento de Derechos Intelectuales - junto a la libertad de emprender, Artículos 1° y 19 N° 21 de la Constitución Política de la República, es fundamental para la existencia de las industrias creativas y su sostenibilidad. Por su parte, la propiedad industrial, Ley N° 19.039, Propiedad Industrial; Decreto N° 236, de 2005, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Reglamento de la Ley N° 19.039, de Propiedad Industrial, también sirve para amparar algunos aspectos de ciertas manifestaciones artísticas y patrimoniales, al alero del Instituto Nacional de Propiedad Industrial.

d) **Ejercicio y difusión de las artes visuales,** Ley N° 17.236, Aprueba normas que favorecen el ejercicio y difusión de las artes; Decreto N° 863, de 1976, del Ministerio de Educación, Fija Normas para la Exportación de Obras de Arte; Decreto N° 915, de 1995, del Ministerio de Educación Pública, reglamenta funcionamiento de la Comisión denominada Nemesio Antúnez; las que favorecen la participación de artistas nacionales en espectáculos en vivo, Ley N° 17.439, establece que en los espectáculos artísticos de números vivos el 85% de los artistas que se expresen en el idioma castellano, a lo menos, deberán ser chilenos; la que exime del pago del IVA a los ingresos percibidos por concepto

de entrada a espectáculos culturales, Letra E), N° 1, letra a), del artículo 12 de la Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, exime del IVA a los ingresos percibidos por concepto de entradas a espectáculos culturales, que por su calidad artística y cultural cuenten con el auspicio del Ministerio de Educación Pública; las que benefician al circo chileno, Ley N° 20.216, establece normas en beneficio del circo chileno; Decreto N° 1.424, de 2015, del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, Reglamento para la acreditación del funcionamiento de los circos nacionales y extranjeros; las que fomentan los sectores específicos del Libro, Ley N° 19.227, Crea Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura; Decreto N° 587, de 1993, del Ministerio de Educación, Reglamento del Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, la Música, Ley N° 19.928, sobre fomento de la Música chilena; Decreto N° 187, de 2004, del Ministerio de Educación, Reglamento del Fondo de Fomento de la Música Nacional y el Audiovisual, Ley N° 18.838, Crea el Consejo Nacional de Televisión; Ley N° 19.846, Calificación de la Producción Cinematográfica; Ley N° 19.981, Sobre Fomento Audiovisual; Decreto N° 151, de 2005, del Ministerio de Educación, Reglamento del Fondo de Fomento Audiovisual, y las demás disciplinas artísticas, Ley N° 19.891, crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes; Decreto N° 65, de 2004, del Ministerio de Educación, Reglamento del Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes; la Ley de Donaciones Culturales (aplicable también a proyectos patrimoniales), Artículo 8° Ley N° 18.985, Donaciones con fines Culturales; Decreto N° 71, de 2014, del Ministerio de Educación, Aprueba reglamento del Art. 8° de la Ley N° 18.985 sobre Donaciones con fines Culturales ; y las que conceden premios a personas destacadas del rubro. Estas normas y sus instrumentos derivados (más detalles al respecto para cada disciplina se pueden encontrar en los Marcos Normativos e Institucionales de las Políticas Culturales pertinentes) son implementados bajo la coordinación del actual Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, junto a otras entidades públicas como la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM); la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo); el Consejo Nacional de Televisión (CNTV); y el Ministerio de Relaciones Exteriores (mediante ProChile, de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, y la Dirección de Asuntos Culturales), fundamentalmente.

- e) **Patrimonio material e inmaterial**, debe destacar primero los numerosos tratados internacionales que establecen obligaciones a los Estados firmantes para su protección y salvaguarda: Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural; Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales; Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial; Convención para la Protección de los Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado; Tratado sobre Protección Muebles de Valor Histórico. En este contexto, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio favorecerá una revisión de la normativa patrimonial interna, para su adecuación a las exigencias de estos preceptos, el cumplimiento efectivo del deber constitucional de protección e incremento del patrimonio cultural y el

establecimiento de mecanismos de coordinación entre los diferentes servicios involucrados (actuales Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos; Consejo de Monumentos Nacionales; Ministerio de Vivienda y Urbanismo; Ministerio de Bienes Nacionales; Servicio de Evaluación Ambiental y Superintendencia del Medio Ambiente; Policía de Investigaciones - con su Brigada Investigadora de Delitos Medioambientales -; Servicio Nacional de Turismo; Instituto Nacional de Desarrollo Agropecuario; municipios; entre otros).

f) Un ámbito relevante que considera ésta normativa es sobre los **derechos de los pueblos indígenas**, que contemplan figuras de consulta y protección específicas, Convenio 169 sobre pueblos indígenas y Tribales en Países Independientes; Ley N° 19.253, establece Normas sobre Protección, Fomento y Desarrollo de los Indígenas y crea la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI); Decreto N° 66, de 2013, del Ministerio de Desarrollo Social, Reglamento que Regula el Procedimiento de Consulta Indígena; Ley N° 20.249, crea el Espacio Costero Marino de los pueblos indígenas; Acuerdo con la Unesco para el Proyecto de Preservación del Patrimonio Cultural de Isla de Pascua. Para el resguarda el cumplimiento de esta normativa, custodian por ella la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, el Ministerio de Bienes Nacionales, la Subsecretaría de Pesca y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, principalmente. En este sentido, cabe destacar, en primer lugar, que la gestación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio incluyó un proceso de consulta a estos pueblos, en conformidad a los mandatos del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo; y en segundo lugar, que la ley que crea dicho ministerio realiza un reconocimiento especial a su cultura.

1.6.4 Seguimiento y Evaluación de la Política Nacional de Cultura 2017-2022

Con el fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos que plantea esta Política se llevará a cabo un proceso que permita operacionalizar su implementación mediante un Plan Quinquenal, identificando para ello las medidas estratégicas que se requieren para alcanzar los desafíos propuestos. Asimismo, se realizará un análisis de factibilidad técnica, presupuestaria, orgánica y de coordinación interinstitucional e interministerial necesaria para la ejecución de la Política, que permita priorizar y planear anualmente el avance para su cumplimiento. Un elemento clave será la articulación entre los Ministerios, Subsecretarías y/o Servicios Públicos que correspondan según los ámbitos de su competencia.

Con la finalidad de favorecer la transparencia y rendición de cuentas hacia la ciudadanía, así como el aprendizaje institucional y la toma de decisiones basadas en evidencia, se establecerá un adecuado sistema de seguimiento, monitoreo y evaluación,

considerando los procesos e instrumentos de gestión pública desarrollados por el Estado de Chile para tales fines, cuando corresponda.

La evaluación de la Política considerará, por lo menos, dos metodologías complementarias: la evaluación de procesos (también llamada evaluación de gestión), y la evaluación de resultados. La evaluación de procesos se realizará durante la implementación, con una fase en 2020 y una fase en 2022. La evaluación de resultados se realizará una vez terminado el periodo de implementación, durante el año 2023. Los procesos de evaluación incorporarán herramientas de consulta a la ciudadanía, y considerarán procesos de restitución a la ciudadanía, que movilicen enfoques y lenguajes diversos para poder compartir los resultados con los distintos agentes sociales.

Toda la información referente a la Política Pública de Cultura 2017 - 2022, fue extraída del documento del mismo nombre, elaborado por el Consejo Nacional de la Culturas y las Artes en el año 2017, su construcción fue presidida por el entonces Ministro Presidente Sr. Ernesto Ottonne Ramírez.

1.7 Fundamento Teórico Empírico

En referencia a los fundamentos teóricos empíricos del presente estudio, es importante señalar, que se procedió a la revisión de múltiples estudios en el ámbito del tema de la presente investigación, no encontrándose en Chile ninguna publicación que se corresponda con el tema a abordar en este trabajo.

Al examinar los trabajos publicados, se encuentra un alto número de estudios que tratan el tema de las tecnologías digitales, abarcando un espectro de innumerables matices relacionados a ésta. Esta proliferación de publicaciones sobre esta temática, solo reafirma la relevancia que han adquirido las tecnologías digitales en la vida de las personas y como ésta, la ha modificado.

Los tópicos que se encuentran con mayor frecuencia en los trabajos revisados, y que tiene relación con el tema central de la presente indagación, se enmarcan en: i) el diseño e implementación de herramientas web para la difusión de variadas formas del arte (pintura, música, grabado), ii) el análisis comparado sobre transformaciones de la educación artística, iii) la web como herramienta para la formación continua y capacitación de docentes de educación artística, iv) la creación de comunidades virtuales entorno a las artes visuales, v) y las tecnologías digitales en torno al cine y la televisión.

Dentro de la gama de los trabajos revisados y que tienen una mayor proximidad temática con el foco de interés de la presente investigación desarrollada, se considera de importancia el destacar algunas investigaciones y trabajos, que si bien, no abordan con precisión la temática de la difusión de los artistas emergentes en las plataformas digitales, tratan desde diferentes aristas los temas relacionados del arte y las tecnologías digitales:

- a) Investigación: “Los nuevos modos de circulación artística: la web y los operadores de visibilidad”, de la académica margarita Rocha de la Universidad de Buenos Aires. Este trabajo fue presentado en las VI Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, en el año 2011.
- b) Investigación: “La web 2.0 como herramienta artística”, realizada por la becaria de investigación Ane Seoane Suárez de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Vigo, Pontevedra, España.
- c) Investigación: “Herramientas sociales en la web y producción artística”, de la periodista, artista y académica Clarissa González de la Universidad Complutense de Madrid, España.
- d) Investigación: “Educación artística y nuevos contextos tecnológicos”, de Ricard Huerta y Ricardo Domínguez, académicos de la Universidad de Valencia, España.

En Chile, la empresa CADEM, dedicada a los estudios de sondeo de opinión, hábitos y preferencias entre otros, en diversas áreas del quehacer nacional, publicó en el mes de febrero del presente año 2020, el estudio sobre el uso de las redes sociales en Chile, denominado “El Chile que viene”. Si bien, este estudio no se ajusta en rigor con el propósito de investigación planteado, considera uno de los principales objetos de estudio, como son las redes sociales, por lo que se evalúa pertinente su análisis.

1.7.1 Estudio Sobre el Uso de las Redes Sociales en Chile

Previo a la revisión del estudio, es de interés mostrar la metodología utilizada en él.

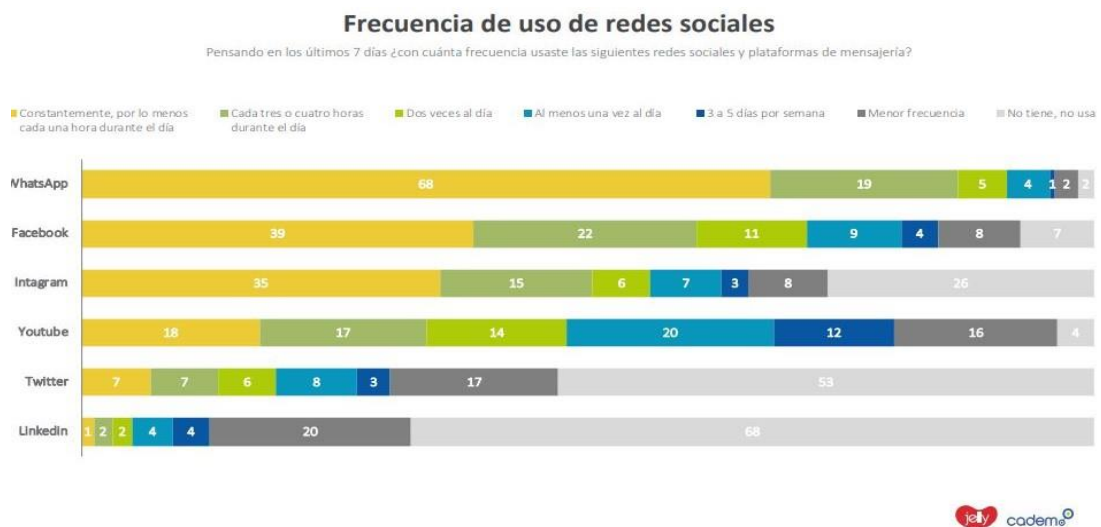
- a) Metodología de la investigación:
 - Técnica: encuesta autoadministrada, aplicada a través de entrevistas web al panel CADEM Online.
 - Universo: chilenos, hombres y mujeres mayores de 13 años, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país. Se recogió una muestra representativa de 4 generaciones (Z, Millenials, X y Baby Boomers).
 - Trabajo de campo: el estudio se realizó durante el mes de febrero del año 2020.
 - Muestra: se realizaron 1.753 entrevistas, 400 casos aproximadamente por generación.
 - Muestreo: muestreo estratificado a través de cuotas. El muestreo es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria del panel. Si fuera probabilística el error muestral sería a nivel del total de la muestra de +/- 2,5% bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza y de +-5,0% para cada una de las generaciones. Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por GSE, Zona, Sexo y Edad, obteniendo una muestra de representación nacional para el universo en estudio.

b) Estructura de las generaciones en Chile consideradas en el estudio:

- Generación Z: personas entre 13 y 21 años. Es la generación de las APPs, nativos digitales. Corresponde al 14% de la muestra.
- Generación Millennials: persona entre 22 y 35 años. Es la generación de los “90”. La revolución tecnológica, redes sociales, globalización. Corresponde al 27% de la muestra.
- Generación X: personas entre 36 y 51 años. Es la generación de los “80”. El gobierno militar, la transición a la democracia, la democratización del consumo. Corresponde al 26% de la muestra.
- Generación Baby Boomers: personas entre 52 y 71 años. Es la generación de los “70”. 68. La guerra fría, el mundo Hippie, la revolución del 68, la polarización política. Corresponden al 33% de la muestra.

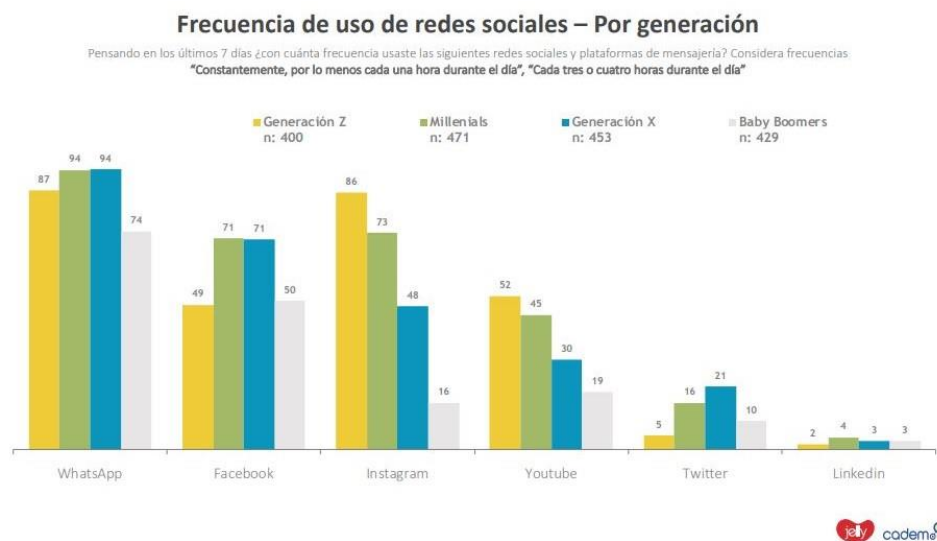
c) Algunos Resultados del Estudio:

Gráfico N°1: Frecuencia de Uso de Redes Sociales en Chile



Fuente: CADEM, 2019

Gráfico N°2: Frecuencia de Uso de Redes Sociales en Chile, Según Generación



Fuente: CADEM, 2019

En el gráfico anterior se puede ver cómo las redes sociales predominan según generación.

Algunas conclusiones:

-WhatsApp es la plataforma con más usuarios y de manera transversal, desde la generación Z hasta los Baby boomers.

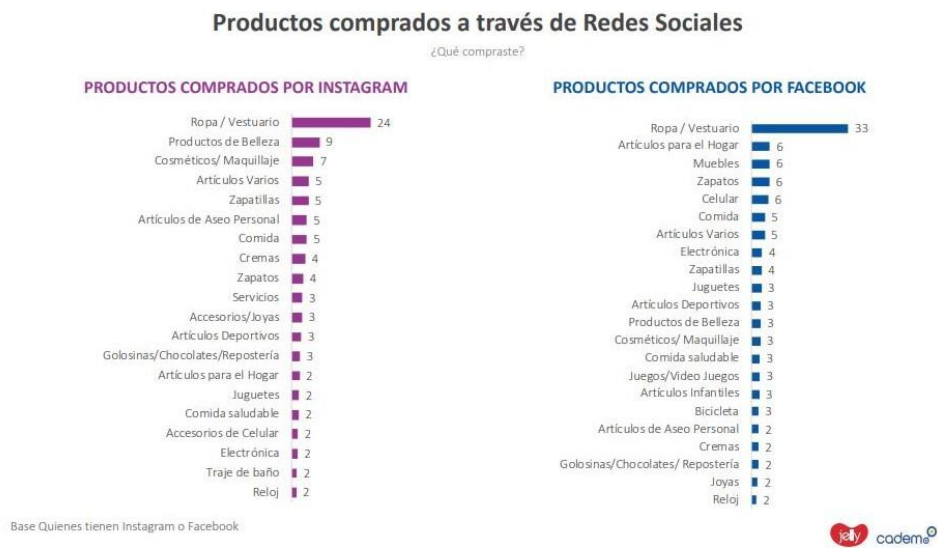
-Facebook es la segunda red social más utilizada por Baby boomers, después de WhatsApp.

-Instagram es la segunda red social más utilizada por Millenials y Generación X, después de WhatsApp.

-En Twitter predominan los Generación X.

-Linkedin sigue siendo menos relevante en cantidad de usuarios, con una mayor presencia de Millenials, Generación X y Baby boomers.

Gráfico N°3: Productos Comprados a Través de Redes Sociales en Chile



Fuente CADEM, 2019

Es interesante resaltar que en las respuestas concernientes a la pregunta ¿Qué compraste?, ninguna se relaciona con la compra de artículos de arte.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

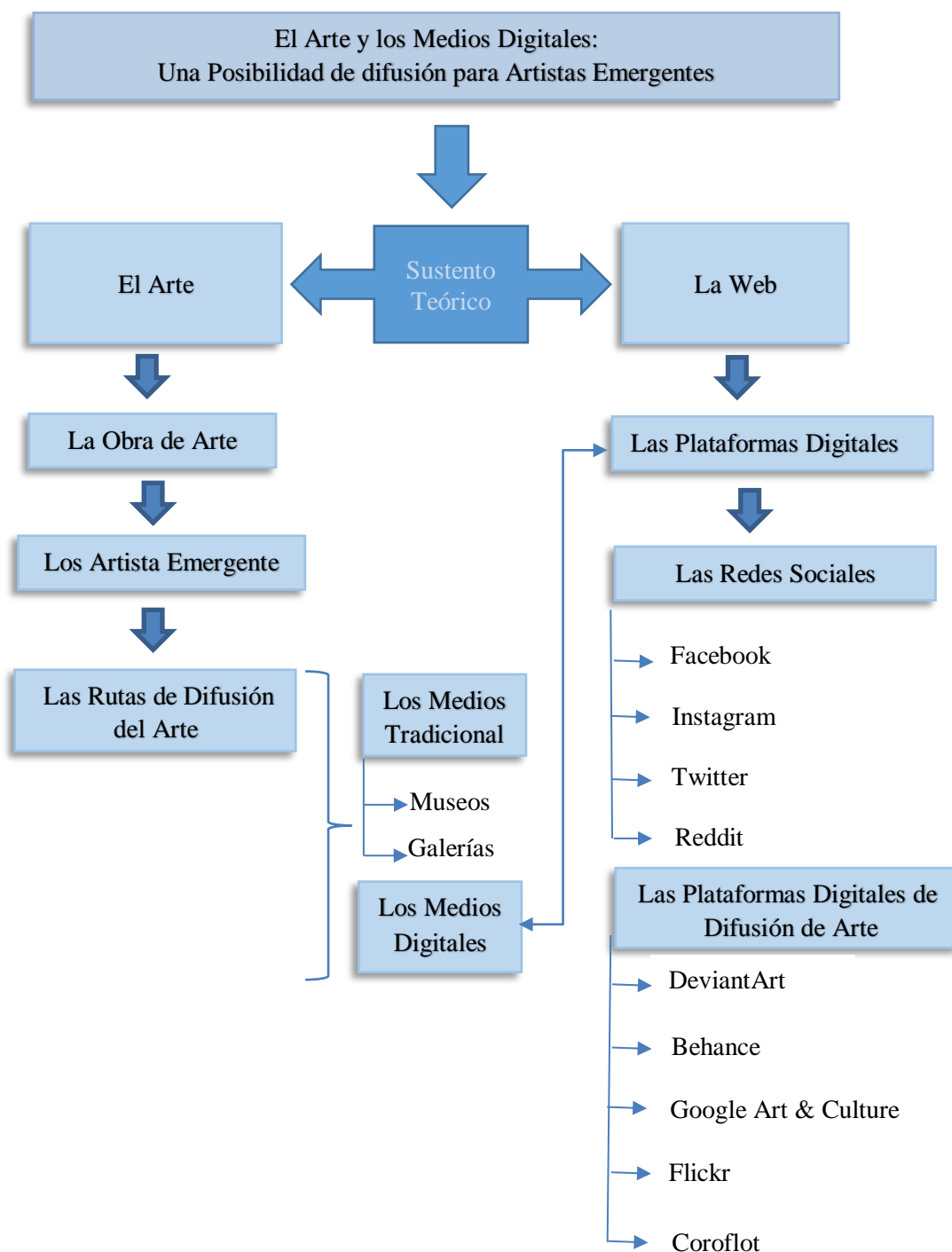
2. Marco Teórico

La presente investigación se desarrolla en el campo de la tecnología, web, y en estrecha relación con el espacio de la creación y difusión de las artes visuales en Chile y los denominados artistas emergentes. Los dos conceptos fundamentales que se vinculan tienen un pasado y una definición que se ha modificado de forma constante. Esa pequeña historia en el primero y una de larga data en el segundo.

Hay que situar ambos conceptos en el tiempo y el espacio, Arte y Web y la definición acorde para abordar el tema de estudio.

Para facilitar la lectura y comprensión del capítulo, a continuación, se muestra un mapa conceptual que señala los temas desarrollados y que dan sustento teórico a la presente investigación.

MAPA CONCEPTUAL MARCO TEÓRICO



2.1 El Arte

El arte está definido a lo largo de la historia de la humanidad como una representación de sentidos y preocupaciones tanto simbólicas como reales de cada sociedad y de los individuos que la conforman, y que se fue construyendo, plasmado en diferentes soportes, sean estos bidimensionales y/o tridimensionales. “Muchas han sido las definiciones que se han dado acerca del arte y, sin embargo, no existe una que delimite este concepto. El concepto de arte es variable históricamente. Lo que hoy se considera arte no coincide con lo que se tenía como tal en épocas pasadas. Cada época histórica ha variado el sentido y la valorización de la creación artística según el concepto ideológico determinado en que nace y la finalidad que se le otorga. (...) El arte posee un importante componente comunicativo, para extender los postulados ideológicos. Ofrecer al público una experiencia de tipo estético, emocional, intelectual, o todas a la vez (Guerrero, López y Rubio, 1999)

Otro concepto fundamental y unido al anterior es el de Obra de Arte, para esta investigación se utilizará la siguiente inicialmente: obra de arte es entendida como una producción que se expresa a través de signos relativos específicos y técnicas diversas. “La obra de arte es un producto, original y artificial, elaborado por el ser humano con arreglo a un propósito determinado. No responde exclusivamente a un fin estético o utilitario, sino a otros objetivos, como es el deseo de expresar y manifestar con la intención de comunicar algo. Toda producción artística es el resultado de una actividad humana y está destinada a la comunicación social, por lo que el artista y la obra influyen en la sociedad. (Guerrero, López y Rubio, 1999)

Esta definición se acotará más en la establecida por el teórico del arte Omar Calabrese, en su libro “El Lenguaje del Arte” Calabrese dice: “El arte es un lenguaje, ya que hay un emisor y un receptor, el primero el artista quien crea dicha obra de arte, con unos códigos e imágenes, colores etc. y el segundo el receptor que es el público al cual está dirigida la obra y debe leerla y/o decodificarlas” (1999).

Otros dos conceptos que aparecen en esta investigación son las significaciones de artista emergente y artista contemporáneo, ambos se ubican en un espacio común, del último período del siglo XX e inicios del XXI. Artista Emergente en el esquema de la presente investigación se entenderá como aquel sujeto que se encuentra en una etapa de búsqueda de posicionamiento en la esfera artística consolidando su obra y la comercialización de ella. Esta definición emana de la cultura artística de Estados Unidos en la cual se maneja el término “Emergent Artist”, concepto que aplica a todos los creadores que en una etapa inicial o más desarrollada aún se encuentran sumidos en el anonimato, mayormente, y sin un vínculo sólido para comercialización y exhibición de su obra artística. La edad del artista no representa una definición del estado su obra, puede estar situada en sus albores, con todo lo que representan los titubeos en la definición del

lenguaje artístico, o estar instalada en una consolidada madurez, sin que ello suponga el haber accedido el estado de bienaventuranza artística comercial (Almeda,1998)

Profundizando en el concepto bajo la óptica antes mencionada, es un artista el cual puede tener una producción de obra importante y poco conocida. Poseer un lenguaje propio, pensemos en un estilo personal con características formales e ideológicas únicas.

Arte contemporáneo es otro de los conceptos secundarios, el que aporta a entender la pluralidad de las obras en el contexto histórico de su creación. Lo entenderemos como las obras que son correspondientes al periodo actual de su elaboración. Es la obra que en estos momentos está en creación y o producción en el taller del artista en algún lugar del mundo sin ser aún mostrada y clasificada.

En los últimos años hemos asistido a profundos cambios que han modificado considerablemente las formas de creación plástica, la naturaleza, los modos y los canales de su difusión; así como la recepción y la asimilación social en estrecha relación con el concepto y las oscilaciones del gusto artístico. (Guerrero, López y Rubio, 1999)

La difusión de las obras de arte se ha realizado en los diferentes continentes en diferentes focos- centros de actividad artística- que van desde las ciudades asociadas a Bienales, como por ejemplo Berlín, Venecia, Colonia y Centros artísticos como La Tate Modern en Londres. El Paláís de Tokio en París, el MACBA en Barcelona etc.

En las últimas décadas del siglo recién pasado y en el actual hemos asistido a un desarrollo tecnológico el que ha disminuido distancias formales para el tránsito de las obras a nivel mundial. El desplazamiento se ha visto modificado tanto en forma real como simbólica.

No obstante, en los últimos años, hemos asistido a un proceso acelerado de destrucción de las barreras internacionales, sobre todo debido a las nuevas formas de comunicación (medios audiovisuales, electrónicos, internet etc.) que, al permitir la interrelación perfecta e inmediata con cualquier punto del mundo, ofrecen unas posibilidades antes impensables de garantizar el mito de la “Aldea Global”. (Guerrero, López y Rubio, 1999)

Con los conceptos antes mencionados y su interrelación podemos determinar la dimensión de la investigación circunscribiéndola a un conjunto de artistas que cumplan ciertas características fundamentales y desarrollarla.

La web como plataforma de difusión de contenidos aparece en el año 1998 y ha tenido un desarrollo acelerado en las últimas décadas, influyendo en las distintas actividades del desarrollo del ser humano, las cuales van desde las más tradicionales como son las comunicaciones en sus distintos niveles formales (e-mail), la medicina (operaciones, diagnósticos en línea), la música (conciertos en línea). Las plataformas de ocio (nombrar más) y por supuesto en el espacio del arte y en específico en lo que corresponde a un nuevo método de visibilizar tanto al artista como a la obra en sí. Ya no es necesario desplazarse a un lugar determinado para observar “la obra”. Se exhibe, se difunde y comercializa en estas nuevas plataformas. Estos han sido creados, según las necesidades que la sociedad presenta y también según los objetivos que tienen las empresas detrás de

su desarrollo (cita Documental). Algunos de los espacios- plataformas como Facebook, Snapchat, Twitter, Instagram, YouTube, Tiktok, Google, Pinterest, Reddit, LinkedIn, son proyectados según rangos de edad e intereses de interacción.

Estamos ante el concepto de Aldea Global en su máxima expresión, concepto definido por Marshall MacLuhan (2017).

La importancia que adquiere a nivel de impacto en visualización de contenidos e imágenes específicas es cuantificable con números altísimos. Revisando la información, figuras públicas internacionales y nacionales bajo la denominación de influencer (persona que maneja un tema concreto de algún área determinada, moda, música u otro y sus opiniones mediante imágenes y o vídeos se hacen populares y marcan tendencia) tenemos a modo de ejemplo, el número de seguidores de Kim Kardashian (influencer estadounidense, que se dio a conocer en un programa de televisión), que, en una plataforma digital específica, como es Instagram alcanza 190 millones de seguidores. También es destacable el caso de Ángela Ávila una campesina mexicana, que tiene un canal en YouTube con el nombre “De mi Rancho a tu Cocina”, de recetas tradicionales mexicanas filmadas en su casa de Michoacán. Desde la apertura del canal en el 2019, en su primer mes acumuló un millón de suscriptores, obteniendo el botón de oro de YouTube y al siguiente mes duplicando el número de suscriptores. El impacto mediático llevo a Doña Ángela Ávila a ser considerada en la lista de las 100 mujeres más poderosas de México por la Revista Forbes. Con estos dos ejemplos queda demostrada la importancia que adquieren estas plataformas como medios de proyección y difusión de contenidos diversos y que la producción artística no es ajena a ellos.

Las estadísticas y métodos de dichos medios quedan en evidencia en el documental antes mencionado El dilema de las redes sociales. Analizando largamente las contradicciones y problemas que presenta y las virtudes que posee.

2.1.1. Rutas de Difusión del Arte

Tradicionalmente los espacios de difusión del arte han sido a lo largo de la historia las Galerías y Museos. Ambos con un desarrollo diferente y paralelo.

Como se ha señalado en párrafos precedentes, las tecnologías de la información y comunicación, en específico las plataformas digitales, ha tenido un desarrollo exponencial en las últimas décadas, a partir de la década de los noventa, teniendo un extraordinario impacto de penetración en las audiencias. Por tal motivo en este punto referido a las rutas que sigue el arte, se nombraran, desarrollando este tema en el punto concerniente a la Web.

a) Medios Tradicionales de Difusión del Arte.

En esta categoría se encuentran ubicados los Museos Estatales y las Galerías Estatales. Ambas estructuras dependen de un organismo que las rige y son Los Ministerios de Cultura de cada país también en algunos casos son organismos dependientes del estado con carácter Ministerial.

Este organismo específico con carácter de Ministerio y sus plataformas de trabajo interno tiene profesionales del área y también de carácter multidisciplinar integrando los equipos de trabajo específicos a cada proyecto. Curadores de arte, historiadores del arte, gestores culturales para definir los mecanismos de selección y difusión a partir de los objetivos de lo que es una Política Cultural del País. En Chile se cuenta con la Política nacional de Cultura 2017-2022, abordada ampliamente en el capítulo anterior.

En Chile encontramos los Museos del Estado bajo la dirección de Ministerio de las Culturas las Artes y el Patrimonio (<https://www.cultura.gob.cl>)

- Museo Nacional de Bellas Artes (<https://www.mnba.gob.cl/sitio/>)
- Galería Gabriela Mistral (<https://galeriagm.cultura.gob.cl>)
- Centro de Arte Contemporáneo de Cerrillos <http://centronacionaldearte.cl>
- Museo de Arte Contemporáneo Universidad de Chile (<http://www.mac.uchile.cl>)

Este último no siendo estatal se selecciona y nombra debido al origen que tiene y es su dependencia de la Universidad de Chile, lo que le da un nivel similar a los englobados en esta primera categoría.

Los medios de selección de las obras y quienes exponen está dado por los criterios país. Se difunde lo que le parece importante política, simbólica y culturalmente al gobierno y con objetivos macro y micro. Definen que artistas relevantes con trayectoria por ejemplo los representa en la Bienales según los objetivos que plantea esa Bienal. Un ejemplo de ello es la Bienal de Venecia del año 2017, en la cual lo etnográfico era la temática curatorial y el artista Bernardo Oyarzun, con su obra “Werken”, represento a Chile. (<https://www.cultura.gob.cl/videos/115251/>).

También se aplican llamados abiertos / concursos para la bienal de arquitectura en Venecia.

En relación a los medios privados, a lo largo de la historia del arte en Chile son las Galerías Privadas las que han difundido y proyectado tanto a artistas “consagrados” y a “promesas” lo que hoy llamamos “artistas emergentes”. Esto se ha realizado de forma constante y también con intervalos irregulares. Normalmente hay galerías especializadas en temáticas y /o técnicas por ejemplo existió la Galería del Grabado tanto en Chile como en el extranjero. Habría allí una línea de trabajos unidos a una técnica, pero se incluyen criterios curatoriales. Un artista y las últimas obras, por ejemplo.

Los Museos y Galerías que pertenecen a entidades particulares sean corporativas y o personales.

- Museo de Artes Visuales (<https://www.mavi.cl>)
- Museo Rally (<https://www.museoralli.cl>)
- Fundación CORPARTES (<https://corpartes.cl>)
- Galería D21 (<http://www.d21.cl/galeria-d21/>)
- Galería Aninat (<https://www.aninatgaleria.org>)
- Fundación Antenna (<https://www.antenna.cl>)
- Fundación Ama (<https://fundacionama.com/es/>)
- Museo de la Solidaridad Salvador Allende (<https://www.mssa.cl>)

También en la ruta del Arte encontramos Universidades, Escuelas de Arte y Empresas Privadas.

Para ejemplificar estos casos de espacios y medios difusión hay que mencionar que, durante la decana de los ochenta, noventa y parte de las primeras décadas del siglo XXI hay proyectos que perduraron e incluían artistas nuevos y con trayectoria.

La Escuela de Arte de la Pontificia Universidad Católica implementó una serie de exposiciones con el título “A La Calle” realizadas en el espacio comercial Drugstore. Se seleccionaban alumnos de los Talleres Finales de las áreas de Pintura, Dibujo y Grabado.

La misma escuela establece un convenio con la Galería Bucci para exposiciones individuales y colectivas de los Talleres Finales de la Carrera de Arte. También en contacto con Galería Plástica Nueva, se realiza la exposición Alumnos Artistas.

La empresa Librería Nacional, en el año 1989 crea el Concurso “Arte en Vivo”, el cual convocaba a alumnos destacados de las Escuelas de Arte de Santiago a pintar in situ. Este concurso, se constituye como el de mayor permanencia en el tiempo en Chile, manteniéndose vigente hasta hoy. Esta iniciativa cultural ha tenido lugar en diferentes plataformas culturales, como lo fue el Museo Nacional de Bellas Artes por dos décadas y el Centro Cultural Gabriela Mistral el año 2013, Palacio Consistorial los años 2014 y 2015, y el Centro Cultural La Moneda el año 2017, lugares en donde se han establecido las primeras instancias performáticas públicas de futuros artistas visuales, creando una excelente oportunidad para dialogar sobre la cultura joven de Chile. En los años 2018 y 2019 el Centro Cultural Gabriela Mistral –GAM abrió sus puertas para este concurso. (<http://www.artenvivo.cl/concurso-2018/>)

Otra actividad importante fue el Supermerc’ART. Una idea traída desde Barcelona por la productora La Máquina del Arte. La idea consistía en un supermercado que vendía obras a precios bajos. Los artistas eran consagrados y emergentes, cada uno debía pintar 90 obras en tres pequeños formatos preestablecidos. Se realizaron tres versiones en el Centro de Extensión de la Universidad Católica. Un precio a modo de ejemplo era de \$ 25.990 con

IVA incluido. Se editaba un diario a modo de catálogo conteniendo la información de cada artista y noticias relacionadas.

La publicación de la Escuela de Arte de la Pontificia Universidad Católica editó un Revista titulada ARTEUC, en el número 4 de 1989 publica una entrevista a las principales galeristas del medio chileno. Carmen Waugh de la desaparecida Casa Larga, Isabel Aninat de Plástica Nueva, Enrico Bucci de Galería Bucci, Tomás Andreu de Galería Praxis, Lily Lanz de galería Época, Patricia Ready de Arte Actual. Da una visión de las formas de trabajar y los objetivos de cada una de ellas tanto en la venta como la difusión de las obras.

b) Medios de difusión Digital / Arte medios Web / Esfera Digital

En esta categoría, los medios de selección de las obras y quienes exponen está dado por unos criterios particulares y privados. Se difunde lo que le parece importante a quien administra la plataforma digital, sea una persona natural o un conjunto asociado a una fundación u organismo específico.

Las plataformas digitales más visibles que muestran exhibición de obras de arte en sus diferentes manifestaciones son las páginas web de los museos y galerías de arte.

Las plataformas dedicadas a la difusión del arte, así, como las redes sociales, cobran relevancia en la ruta del arte en la era digital. Temas que serán profundizados en el punto que desarrolla los conceptos relacionadas con la web y las plataformas digitales.

2.2. La Web

En informática, la World Wide Web (WWW) o red informática mundial es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedia interconectados y accesibles a través de Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener textos, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de esas páginas usando hiperenlaces.

La Web se desarrolló entre marzo de y diciembre de 1989, por el inglés Tim Berners-Lee con la ayuda del belga Robert Cailliau mientras trabajaban en el CERN en Ginebra, Suiza, y se publicó como una propuesta formal en 1991. Desde entonces, Berners-Lee ha jugado un papel activo guiando el desarrollo de estándares Web (como los lenguajes de marcado con los que se crean las páginas web), y en los últimos años ha abogado por su visión de una Web semántica.

La Web, tal y como la conocemos hoy día, ha permitido un flujo de comunicación global a una escala sin precedentes en la historia humana. Personas separadas en el tiempo y el espacio, pueden usar la Web para intercambiar- o incluso desarrollar mutuamente- sus pensamientos más íntimos, o alternativamente sus actitudes y deseos cotidianos.

Experiencias emocionales, ideas políticas, cultura, idiomas musicales, negocio, arte, fotografías, literatura... todo puede ser compartido y diseminado digitalmente con el menor esfuerzo, haciéndolo llegar casi de forma inmediata a cualquier otro punto del planeta. Aunque la existencia y uso de la Web se basa en tecnología material, que tiene a su vez sus propias desventajas, esta información no utiliza recursos físicos como las bibliotecas o la prensa. Sin embargo, la propagación de información a través de la Web (vía Internet) no está limitada por el movimiento de volúmenes físicos, o por copias manuales o materiales de información. Gracias a su carácter virtual, la información en la Web puede ser buscada más fácil y eficientemente que en cualquier medio físico, y mucho más rápido de lo que una persona podría recabar por sí misma a través de un viaje, correo, teléfono, telégrafo, o cualquier otro medio de comunicación.

La Web es el medio de mayor difusión de intercambio personal aparecido en la Historia de la Humanidad, muy por delante de la imprenta. Esta plataforma ha permitido a los usuarios interactuar con muchos más grupos de personas dispersas alrededor del planeta, de lo que es posible con las limitaciones del contacto físico o simplemente con las limitaciones de todos los otros medios de comunicación existentes combinados.

Como bien se ha descrito, el alcance de la Red hoy día es difícil de cuantificar. En total, según las estimaciones del año 2010, el número total de páginas web, bien de acceso directo mediante URL, bien mediante el acceso a través de enlace, es de más de 27.000 millones; es decir, unas tres páginas por cada persona vivan en el planeta (Cf. The size of the World Wide Web, datos del 3 de agosto de 2010, fecha de acceso a la página). A su vez, la difusión de su contenido es tal, que en poco más de 10 años, se han decodificado medio billón de versiones de historias colectivas. (https://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)

Como la Web tiene un ámbito de influencia global, su importancia en la contribución al entendimiento mutuo de las personas por encima de fronteras físicas o ideológicas es innegable.

Consecuentemente a la irrupción de la Web, surgieron conceptos que, hasta entonces no existían y que actualmente forman parte de nuestra cotidianidad, como son:

- **Página Web:** documento o fuente de información, generalmente en formato HTML y que puede contener hiperenlaces a otras páginas web. Una página web, podrá ser accesible desde un dispositivo físico, una intranet, o Internet.
- **Sitio web:** conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio o subdominio en la World Wide Web.
- **Servidor Web:** programa que implementa el protocolo HTTP para transferir lo que llamamos hipertextos, páginas web, o páginas HTML. También se le da este nombre, al ordenador que ejecuta este programa.

- **Componentes Web:** conjunto de características que actualmente están siendo añadidas por el W3C a las especificaciones HTML y DOM de forma que permite la creación de widgets o componentes reutilizables en documentos y aplicaciones web.
- **Web 1.0:** refiere al estado primero de la World Wide Web, así como a cualquier página web diseñada con un estilo anterior del fenómeno de la Web 2.0; es en general un término creado para describir la Web antes del impacto de la llamada «fiebre punto com» del año 2001, momento que es visto por muchos como en el que Internet dio un giro.
- **Web 2.0:** término acuñado por Tim O'Reilly, en el año 2004 para referirse a una segunda generación de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios web, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios. (What is Web 2.0?, artículo original, en inglés, y traducción al idioma español)
- **Web 3.0:** término surgido por primera vez en el año 2006, en un artículo de Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0 y asociado a tecnologías como AJAX; actualmente existe un debate considerable en torno a lo que significa Web 3.0, y cuál es la definición más acertada.
- **Web Semántica:** conjunto de actividades desarrolladas en el seno del World Wide Web Consortium, tendiente a la creación de tecnologías para manejar datos legibles por aplicaciones informáticas. (Dictionaries, Oxford University, Press, 2019)

2.2.1 Las Plataformas Digitales

Las plataformas digitales o plataformas virtuales son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos. (Giraldo, 2019).

2.2.2 Las Redes Sociales

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de usuarios (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, entre otras). El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal. Las redes sociales se han convertido, en pocos años, en un fenómeno global, se expanden como sistemas abiertos en constante construcción de sí mismos, al igual que las personas que las utilizan (Freeman, 2006)

A continuación, se detallarán las redes sociales más conocidas y que serán parte medular del muestro de la investigación:

a) **Facebook** es una red social creada por Mark Zuckerberg diseñada originalmente como un espacio para los alumnos de la universidad de Harvard para facilitar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. el proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red. Esta red es la cual instauro las dinámicas de funcionamiento por las cuales hoy se rigen las redes sociales en general. (Pérez Porto y Gardey, 2010)



b) **Instagram** es una red social y aplicación origen estadounidense creada por Kevin Systrom y Mike Kreiger, fue lanzada en octubre de 2010 y hoy es propiedad de Facebook, su función principal es la de compartir fácilmente fotografías y vídeos con otros usuarios. Está disponible para dispositivos Android, iOS y Windows 10.



c) **Twitter** es un servicio de “microblogueo” (caracteres limitados), creado por Jack Dorsey con sede en San Francisco, California, EE. UU., con filiales en San Antonio y Boston en Estados Unidos. Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007 (Jiménez, 2019)



d) Pinterest es una plataforma creada por Ben Silbermann, Paul Sciarra, y Evan Sharp que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, aficiones y mucho más. Los usuarios pueden buscar otros pinboards, "repinchar" imágenes para sus propias colecciones (Julián Pérez Porto. 2019.Definicion.de: Definición de Pinterest)



d) **Reddit** es un agregador de contenido determinado por la comunidad. Hablamos de una plataforma social en la que los usuarios envían publicaciones que otros usuarios pueden votar -a favor o en contra- según sus preferencias. Si una publicación recibe muchos votos, sube en la clasificación de Reddit y, por consiguiente, más gente puede verla. (Boyd, 2018)



2.2.3 Plataformas Digitales Dedicadas a la Difusión de Arte

Este término se refiere a plataformas digitales especializadas en la difusión de arte, en su funcionamiento estas plataformas adoptan muchas de las funcionalidades de las redes sociales, pero estas apuntan a una audiencia más reducida y especializada con un interés enfocado en la difusión de obras de arte.

a) **DeviantART** es un sitio web que sirve como comunidad internacional de artistas en la red. Es un espacio virtual en el que cada cual puede mostrar su arte y aprovechar las posibilidades de la red para someterlo a los comentarios de cualquiera y en particular de otros artistas. DeviantART está abierto a muchos tipos de personas dedicadas al arte, pero principalmente los relacionados con las artes visuales y gráficas, como fotógrafos, diseñadores gráficos o pintores, aunque también hay obras literarias realizadas por escritores.



b) **Behance** es una red de sitios y servicios creada Por Scott Belsky como una plataforma especializada en la autopromoción de diseñadores, incluyendo consultoría y sitios de portafolio en línea. Es propiedad de Adobe (Collazos, 2019)



c) **Google Arts & Culture** es un sitio web del Instituto Cultural de Google que presenta un repositorio de imágenes en alta resolución de obras de arte expuestas en varios

museos del mundo, así como un recorrido virtual por las galerías en las que estas obras se encuentran. (Duncan 2016)



- d) **Flickr** es un sitio web destinado un público enfocado a la fotografía y presenta funciones para almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías o videos en línea, a través de Internet. Cuenta con una comunidad de usuarios que comparten fotografías y videos creados por ellos mismos (Fernando Escudero, Qué es Flickr, About Español, 2019)



- e) **Coroflot** es un servicio online dedicado a conectar a profesionales creativos con compañías que busquen talento en el área del diseño, junto con un espacio de intercambio y exposición profesional (Coroflot)

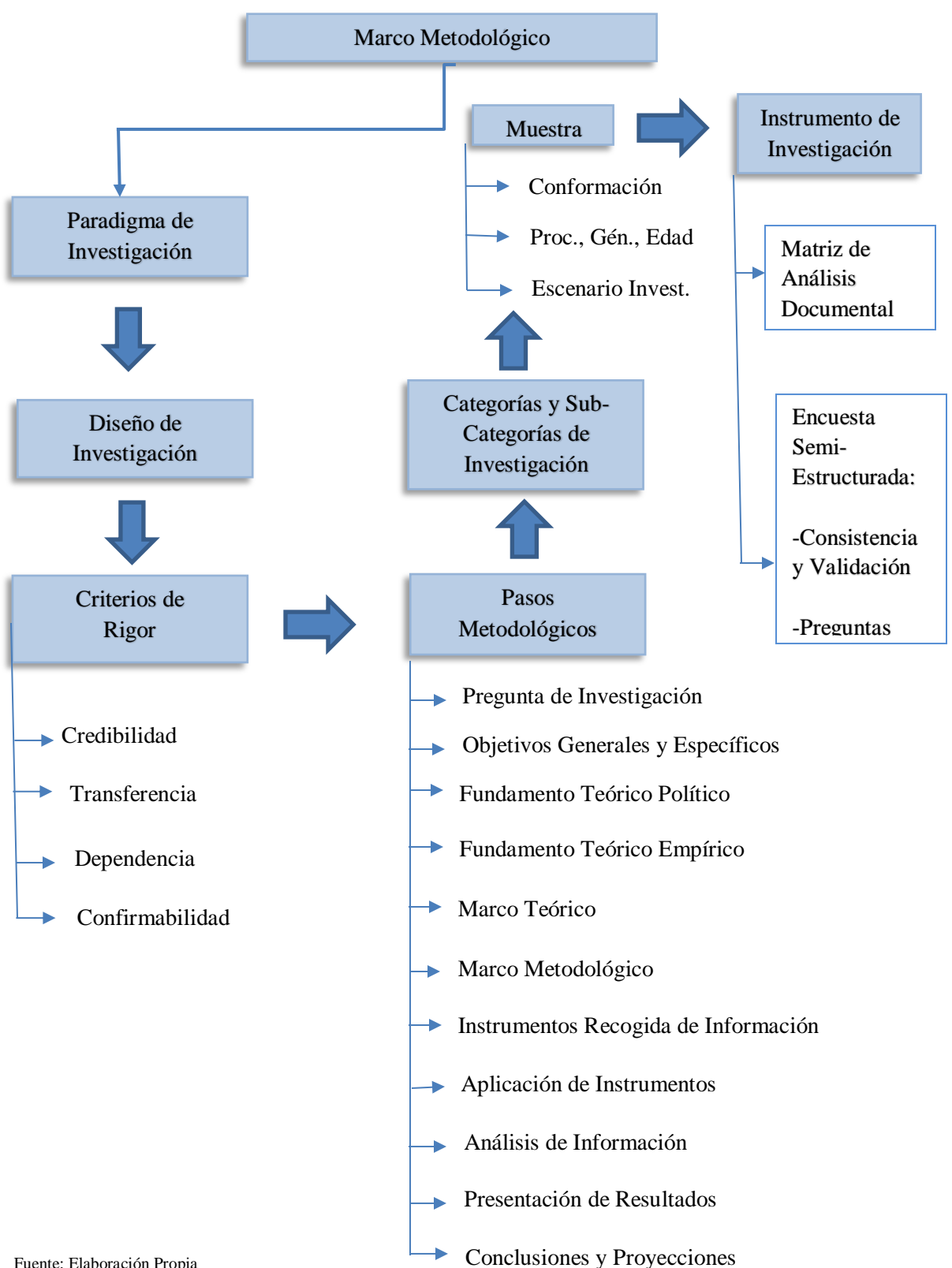


CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3. El marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio, estas acciones responde a un orden y secuencia determinada (Hernández, 2014).

Para facilitar la lectura y comprensión de este, a continuación, se muestra un mapa conceptual que señala las etapas que aborda el marco metodológico de la presente investigación y que se desarrollaran en el presente capítulo.

Mapa Conceptual Marco Metodológico



Fuente: Elaboración Propia

3.1 Paradigma (o Enfoque) de la Investigación

La investigación se realiza bajo el enfoque cualitativo, esto se sustenta en los postulados de Hernández Sampieri (2014) que describe el enfoque cualitativo, también conocido como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, y es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Hernández afirma que este enfoque se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

En la presente investigación, considerando que las preguntas de investigación son; ¿Cuáles son las plataformas digital disponibles en Chile, que utilizan los artistas emergentes en Artes Visuales, para difundir su trabajo y favorecer su desarrollo artístico? y ¿Qué plataformas digitales prefieren los artistas emergentes en Chile para difundir su trabajo y cuáles son sus hábitos de publicación? se definió comenzar con un análisis documental de la información ofrecida por diferentes las plataformas digitales, y proseguir con la aplicación de una encuesta de preferencias y hábitos a los artistas visuales emergentes usuarios de estas plataformas. Estos dos ejes indagativos suministrarán la información requerida en la investigación planteada,

El paradigma o enfoque cualitativo se caracteriza por basarse en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Va de lo particular a lo general. En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, sino que se generan durante el proceso y se perfeccionan conforme se recaban más datos; son un resultado del estudio. El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones colectividades. Dentro de las técnicas para la recolección de datos utilizadas en este enfoque, se encuentran la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades. La aproximación cualitativa evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación de la realidad (Corbetta, 2003). La investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de

seres vivos, sobre todo de los humanos y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente).

El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorguen). (Hernández, 2012).

Considerando las características anteriormente señaladas, el estudio, presenta una lógica y proceso inductivo, indagando sobre las particularidades tanto de las plataformas digitales como de los artistas usuarios de ella, si bien la investigación propone un supuesto para las preguntas de investigación, este no configura una hipótesis investigativa. Las técnicas de recolección de datos que utiliza la investigación se centran en la exploración de las plataformas digitales, a través del análisis documental de éstas, como se detalló con anterioridad, complementado la información con dos entrevistas a curadores de museos y galerías y al levantamiento de información a través de la aplicación de una encuesta a artistas emergentes usuarios de las plataformas digitales. Indagando sin manipular ni estimular la realidad analizada e interpretando los fenómenos en función de las significaciones que las personas otorga.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño utilizado en esta investigación es de tipo, analítico-descriptivo, interpretativo y microetnográfico.

Se optó por la utilización de un diseño analítico-descriptivo, para dar respuesta a la pregunta de investigación ¿Cuáles son las plataformas digital disponibles en Chile, que utilizan los artistas emergentes en Artes Visuales, para difundir su trabajo y favorecer su desarrollo artístico?, el levantamiento de la información necesaria requiere de un análisis documental del objeto de estudio, en este caso, las plataformas digitales correspondientes a museos, galería, redes sociales y plataformas dedicadas a la difusión de arte, con el fin de tener un conocimiento acabado de las características de estas plataformas.

El diseño interpretativo se utilizó como estrategia para recabar la información necesaria para dar respuesta a la segunda pregunta de investigación: ¿Qué plataformas digitales prefieren los artistas emergentes en Chile para difundir su trabajo y cuáles son sus hábitos de publicación y sus percepciones respecto al aporte de estas páginas para su desarrollo artístico profesional?, la aplicación del instrumento de investigación proporcione información relevante sobre las perspectivas y visiones de las y los sujetos de investigación, en la presente investigación corresponden a los artistas visuales emergentes usuarios de plataformas digitales. Hernández (2014) explica que la finalidad del diseño

interpretativo consiste en “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

Trabajar con una muestra pequeña -diseño microetnográfico-, en relación con el universo de artistas visuales emergentes, y las plataformas digitales, permite enfatizar en necesidades, observaciones, ideas y problemáticas, particulares de las percepciones entorno al uso de estas herramientas tecnológicas por los artistas usuarios. En palabras de Hernández (2014) los “diseños microetnográfico, se centran en un aspecto de la cultura o una situación social concreta (por ejemplo, un estudio sobre los ritos que se manifiestan en una organización para elegir nuevos socios en una compañía de asesoría legal” (p. 485).

Como consecuencia de lo anterior, se determinó trabajar con una muestra importante de las plataformas digitales, en específico de páginas Web y redes sociales, y con las preferencias, hábitos y significancias de los artistas visuales emergentes usuarios de estas.

3.3 Criterios de Rigor Científico

El rigor es un concepto transversal en el desarrollo de un proyecto de investigación y permite valorar la aplicación escrupulosa y científica de los métodos de investigación, y de las técnicas de análisis para la obtención y el procesamiento de los datos. El rigor científico de la presente investigación se sustenta en los criterios establecidos por Guba y Lincoln (1981) los cuales son: credibilidad, transferencia, dependencia y confirmabilidad.

a) Credibilidad: este criterio busca el isomorfismo con las percepciones de las personas investigadas, por tanto, la credibilidad se logra cuando el investigador, a través de observaciones y conversaciones prolongadas con los participantes del estudio, recolecta información que produce hallazgos y luego éstos son reconocidos por los informantes como una verdadera aproximación sobre lo que ellos piensan y sienten.

La credibilidad se expresa implementando la triangulación respecto a la recopilación y análisis de los datos (entendiendo la triangulación como, una técnica de análisis de datos que se centra en el contrastar visiones o enfoques a partir de los datos recolectados. Por medio de esta se mezclan los métodos empleados para estudiar el fenómeno). En la presente investigación la triangulación se estableció entre, la información documentada a través de la indagación de las plataformas digitales y las respuestas de los artistas visuales emergentes que contestaron la encuesta sobre sus preferencias, hábitos y percepciones en el uso de éstas.

b) Transferencia: este criterio, también llamado aplicabilidad, da cuenta de la posibilidad de ampliar los resultados del estudio a otras poblaciones. Guba y Lincoln (1981) indican que se trata de examinar qué tanto se ajustan los resultados a otro contexto. Es de recordar que en la investigación cualitativa los lectores del informe son quienes determinan si se pueden transferir los hallazgos a un contexto diferente. Por la naturaleza de uno de los objetos de estudio, como son las plataformas digitales, esta transferencia o

aplicabilidad, solo se podría dar, en un escenario donde existiera una red informática a nivel global, como lo es internet.

c) Dependencia: este criterio, también conocido como variación rastreable, da cuenta de la consistencia de datos arrojados por parte de las (os) sujetos de estudio. Se debe verificar, como ha evolucionado una determinada fuente de datos, en qué medida el investigador es más preciso en su percepción de la realidad con el paso del tiempo.

En la presente investigación, este criterio está dado por, la metodología en la construcción y aplicación de los instrumentos de recolección de datos. En el caso de las matrices de análisis documental, éstas consideran datos como: tipo de página (institucional o privada), propietario, dominio vigente, descripción de la página, tipo de artistas que exponen, formato de muestra, en el caso de las plataformas digitales, se adicionó el dato de número de usuarios.

d) Confirmabilidad: el criterio de confirmabilidad (Leininger, 1994) o auditabilidad, se refiere a la forma en la cual un investigador puede seguir la pista, o ruta, de lo que hizo otro (Guba y Lincoln, 1981). Para ello es necesario un registro y documentación completa de las decisiones e ideas que ese investigador tuvo en relación con el estudio. Esta estrategia permite examinar los datos y llegar a conclusiones iguales o similares, siempre y cuando se tengan perspectivas análogas.

En el presente estudio, el análisis de la información se registró de manera detallada en las matrices de registro de la información, llamadas matrices de análisis documental y en el posterior análisis y observaciones derivadas de ella. En el caso de la encuesta semi-estructurada, la confirmabilidad está dada, por la matriz de categorías de la investigación.

3.4 Pasos Metodológicos de la Investigación

Los pasos metodológicos (estrategias metodológicas) de la investigación son los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere a fin de estructurar y resolver el problema de investigación (Hernández, 2014).

La presente investigación consta de once pasos metodológicos, diez pasos correspondientes a actividades de escritorio o gabinete y una actividad de campo.

Cuadro N°1: Pasos Metodológicos

N° Pasos	Tipo de Actividad	Escritorio o Gabinete	Campo
	Actividad		
1°	Formulación Pregunta de Investigación	X	
2°	Formulación de Objetivos: General y Específicos	X	
3°	Elaboración Fundamento Teórico Político	X	

4°	Elaboración Fundamento Teórico Empírico	X	
5°	Construcción Marco teórico	X	
6°	Construcción Marco Metodológico	X	
7°	Elaboración Instrumentos de Recogida de Información	X	
8°	Aplicación de Instrumentos de Recogida de Información		X
9°	Análisis de Información	X	
10°	Presentación de Resultados	X	
11°	Formulación de Conclusiones y proyecciones	X	

Fuente: Elaboración Propia

3.5 Categorías y Subcategorías de la Investigación

Las categorías de la investigación son las diferentes formas de clasificar conceptuar o codificar un término o expresión de forma clara que no se preste para confusiones a los fines de determinada investigación. Las Subcategorías, son las especificidades de la categoría.

La presenta investigación establece dos categorías; el objeto de estudio, dado por las plataformas digitales y el sujeto consignado como los artistas emergentes.

Cuadro N°2: Categorías de la Investigación

Categoría	Teórica	Operacional
Objeto de Estudio	Alicia Gurdíán (2007), postula que: “se entiende por objeto de investigación todo sistema del mundo natural o material o de la sociedad cuya estructura presenta al ser humano una necesidad por comprender, explicar, interpretar o transformar, es decir, un tema o problema de investigación” (pág. 99).	Descripción y características de las plataformas digitales que exhiben producciones artísticas visuales de artistas emergentes. Dentro de las plataformas digitales se consideran: Páginas web de museos y galerías de arte, redes sociales y plataformas exclusivas de exhibición de arte.
Sujeto de Estudio	Alicia Gurdíán (2007) postula que: “el sujeto de estudio es el elemento de la relación que, en su acto de conocer, recibe las imágenes del mundo, las procesa y explica a través del lenguaje y genera una valoración o juicio”. (pág. 99).	Artistas visuales emergentes, usuarios de plataformas digitales para la exhibición de sus obras artísticas.

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N°3: Categoría y Subcategoría Sujeto de Estudio de la Investigación

Categoría	Subcategoría	Referencia Teórica
Sujeto de Estudio	Artistas visuales emergentes, usuarios de plataformas digitales.	Almeda, Ramón (1998) define el concepto de artista emergente como aquel sujeto que se encuentra en una etapa de búsqueda de posicionamiento en la esfera artística consolidando su obra y la comercialización de ella. Esta definición emana de la cultura artística de Estados Unidos en la cual se maneja el término “Emergent Artist”, concepto que aplica a todos los creadores que en una etapa inicial o más desarrollada aún se encuentran sumidos en el anonimato, mayormente, y sin un vínculo sólido para comercialización y exhibición de su obra artística. La edad del artista no representa una definición del estado su obra, puede estar situada en sus albores, con todo lo que representan los titubeos en la definición del lenguaje artístico, o estar instalada en una consolidada madurez, sin que ello suponga el haber accedido el estado de bienaventuranza artística

Fuente: Elaboración Propia

3.6 La Muestra

En los estudios cualitativos, es de mayor pertinencia hablar de muestreo, este corresponde a un grupo de personas, organizaciones, eventos, hechos, etc., que proporcionan información que ayuda a entender el fenómeno en estudio y a responder a las preguntas de investigación. (Hernández Sampieri, 2014).

El presente estudio selecciono un Muestreo No Probabilístico por Conveniencia de tipo Participantes Voluntarios,

3.6.1 Conformación del Muestreo

La categorización de la muestra corresponde a un Muestreo No Probabilístico por Conveniencia de tipo Participantes Voluntarios, Hernández Sampieri (2014), explica que

la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra.

De acuerdo con el objetivo de la investigación, para el muestreo se seleccionaron artistas visuales emergentes usuarios de plataformas digitales. Como el tipo de muestreo es Participantes Voluntarios, se realizó un llamado a través de los grupos de artistas emergentes de las plataformas digitales correspondientes a Facebook e Instagram y a la plataforma dedicada a la difusión del arte DevianArt, instalando la encuesta en la web a través de GoogleForm.

3.6.2 Procedencia, Género y Edad del Muestreo

El muestreo fue conformado por 28 artistas visuales emergentes, que participaron voluntariamente en el estudio, la procedencia, género y edad de estos, son variables consideradas intrascendentes para el objetivo del estudio. Si bien, se les pregunto a los sujetos de la muestra por su nacionalidad (todos los sujetos de la muestra residían en Chile), este dato se utilizó solo para los análisis posteriores y no era excluyente para ser considerado dentro del muestreo.

El parámetro importante para ser incluido en la muestra es la condición de artista emergente, según la definición adoptada por la investigación y detallada en el capítulo II del presente trabajo.

3.6.3 Escenario de la Investigación

El escenario para la realización de la investigación es amplio, solo se delimita por la restricción, de que debe ser un entorno que disponga de conexión a internet.

3.7 Instrumentos de Recogida de Información

Con el propósito de recolectar la información para dar respuesta a las preguntas de investigación, se diseñaron dos tipos de instrumentos:

3.7.1 El primer instrumento, corresponde a una **Matriz de Análisis Documental**, que tiene como objetivo, consignar la información referida a las plataformas digitales, en específico, de las páginas web de museos y galería de arte, de las plataformas de redes sociales y las plataformas dedicadas a la difusión del arte.

A continuación, se muestra el modelo de la matriz utilizada.

Matriz de Análisis Documental

Nombre:	
Tipo de página	
Dueño de página	
Domino vigente	
Descripción de la página	
Tipo de Artistas que exponen	
Formato de muestra	

3.7.2 El segundo instrumento corresponde a una **Encuesta Semiestructura**, que tiene como objetivo consignar información sobre las preferencias, hábitos y percepciones, que tiene los artistas visuales emergente, usuarios de plataformas digitales como vehículos para exhibir y comercializar sus obras.

La encuesta consto de 11 preguntas, de las cuales 7 correspondían a preguntas abierta y 4 a preguntas cerradas. Fue aplicada vía online por medio de la plataforma virtual GoogleForm, debido principalmente por las condiciones de pandemia que afecta al país durante el presente año.

3.7.2.1 Consistencia y Validación de la Encuesta Semiestructurada:

Respecto a la información que debía recoger la encuesta, se aseguró que este instrumento cumpliera su finalidad a través de la elaboración de una tabla de consistencia. La encuesta con su respectiva tabla de consistencia fue validada por el académico Sr. Francisco González-Vera, Doctor en Artes Plásticas de la Universidad de Barcelona, España.

Preguntas de la Encuesta

1. ¿Cuál es tu Nacionalidad?
2. ¿En cuáles redes sociales publicas creaciones artísticas? (márcalas)
Opciones de respuestas: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Reddit
3. ¿Cuál de las redes sociales prefieres para la difusión de trabajos de arte y por qué?

4. ¿En cuál red social publicas mayoritariamente?
5. ¿Qué plataformas utilizas para la difusión de tu arte?
Opciones de respuesta: Deviantart, Behance Network, Google Arts & Culture, Flickr, Coroflot
6. Sí utilizas más de una de estas plataformas ¿cuál prefieres?
7. ¿Qué tipo o tipos de contenidos artísticos visuales públicas?
Opciones de Respuestas: pintura, fotografía, grabado, escultura, ilustración, ilustración digital, videos
8. ¿Con qué frecuencia publicas tus trabajos artísticos?
9. ¿Has vendido tus obras de por medio de internet?
Opciones de respuesta: Si, No
10. ¿Cuál o cuáles paginas has utilizado para vender obras de arte en internet?
11. Según tu experiencia, ¿El uso de las plataformas digitales ha contribuido a dar a conocer tu arte? sí, no ¿por qué?

Cuadro N°4: Tabla de Consistencia Encuesta

Ámbito	Definición del Ámbito	Tipo de Pregunta	Preguntas de la Encuesta
Preferencia	Propensión que muestran los encuestados por alguna opción de respuesta.	Abierta	¿Cuál es tu Nacionalidad?
		Cerrada	¿En cuáles redes sociales publicas creaciones artísticas? (márcalas) Opciones de respuestas: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Reddit
		Abierta	¿Cuál de las redes sociales prefieres para la difusión de trabajos de arte y por qué?
		Abierta	¿En cuál red social publicas mayoritariamente?
		Cerrada	¿Qué plataformas utilizas para la difusión de tu arte? Opciones de respuesta: Deviantart, Behance Network, Google Arts & Culture, Flickr, Coroflot
		Abierta	Sí utilizas más de una de estas plataformas ¿Cuál prefieres?

Ámbito	Definición del Ámbito	Tipo de Pregunta	Preguntas de la Encuesta
		Cerrada	¿Qué tipo o tipos de contenidos artísticos visuales públicas? Opciones de Respuestas: pintura, fotografía, grabado, escultura, ilustración, ilustración digital, videos
		Abierta	¿Cuál o cuáles paginas has utilizado para vender obras de arte en internet?
Hábitos	Uso, en un periodo de tiempo determinado, que invierten los sujetos de la muestra a las plataformas digitales.	Abierta	¿Con qué frecuencia publicas tus trabajos artísticos?
		Cerrada	¿Has vendido tus obras de por medio de internet? Opciones de respuesta: Si, No
Percepción	Apreciación de los encuestados respecto al uso de las plataformas digitales para visibilizar y comercializar su arte.	Abierta	Según tu experiencia, ¿El uso de las plataformas digitales ha contribuido a dar a conocer tu arte? sí, no ¿por qué? .

Fuente: Elaboración Propia

Debido a que la encuesta contempla preguntas cerradas y abiertas, la información recogida fue de dos tipos, información específica circunscrita a una sola respuesta e información de varias respuestas, para las primeras se cuantificaron en forma directa, para las segundas se analizó la información en base a la categorización y frecuencia de respuestas.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

4. Presentación de los Resultados

En este capítulo se presentan los resultados de las distintas indagaciones realizadas en este estudio para entender el fenómeno de la difusión de arte visual emergente en las plataformas digitales, analizando las características del escenario tecnológico en el cual los artistas visuales emergentes transitan en la búsqueda de posicionamiento.

En primera instancia se muestran los datos extraídos de los análisis de páginas correspondientes a instituciones del medio artístico siendo estas los museos y las galerías de arte. Posteriormente se exhiben los datos recabados de los análisis de redes sociales y de plataformas dedicadas para la difusión de contenido artístico. La información de estas indagaciones es presentada en sus respectivas matrices documentales junto con su posterior análisis

En última instancia se presenta el análisis de información correspondiente a las preferencias, hábitos y percepciones de los artistas visuales emergentes que publican su arte en la red a través de plataformas digitales, esta información fue recabada por medio de una encuesta publicada en diversas comunidades de artistas en la red, la data corresponde a las respuestas de un grupo que conforma una muestra no representativa intencionada compuesta por 28 artistas visuales emergentes, los datos están presentados en gráficos porcentuales, tablas de frecuencias de respuestas, todas las respuestas están acompañadas por su respectivo análisis.

4.1 Matrices de Plataformas Digitales

4.1.1 Matrices de Análisis Documental de Páginas Web de Museos

En las siguientes matrices se muestran los resultados de los análisis realizados a las plataformas web de distintos museos, para este estudio se consideró una muestra de cinco museos nacionales y se recabaron datos concernientes a las características e información relevante para el estudio en sus plataformas web

Nombre: Museo de Arte Contemporáneo (MAC)	
Tipo de página	Web institucional
Dueño de página	Marcelo Antonio Carrasco Gárate
Domino vigente	http://www.mac.uchile.cl/ / Fecha:09/10/2020
Descripción de la página	Junto con su portada principal la página cuenta con ocho vínculos que dirigen a sus visitantes a distintas unidades como: el museo, visítanos, colecciones, exhibiciones, actividades, publicaciones, educación, prensa. En cada una de ella se ofrece información relevante para sus visitantes, desde datos de su misión e infraestructura hasta las actividades esenciales del museo.

Nombre: Museo de Arte Contemporáneo (MAC)	
Tipo de Artistas que exponen	Los expositores varían entre artistas contemporáneos de reconocimiento, artistas emergentes que acceden a dichos espacios mediante la presentación de proyectos y estudiantes de la Facultad de artes de la universidad de Chile.
Formato de muestra	En sus sedes las exposiciones del museo alojan distintos formatos y materialidades en lo referente a las obras de arte, esto abarca las técnicas de pintura, grabados, esculturas, instalaciones, etc. y en su plataforma digital estas obras son difundidas en formato fotográfico y de video.

Nombre: Museo Nacional de Bellas Artes	
Tipo de página	Web institucional
Dueño de página	Coordinación de Política Digital
Domino vigente	https://www.mnba.gob.cl/sitio/ / Fecha:10/10/2020
Descripción de la página	En su página principal se observan distintos eventos y actividades ofrecidos por el museo, también se encuentran accesos a carteleras, colecciones digitales, galerías, noticias y publicaciones. Junto con su portada principal la página cuenta con nueve vínculos que dirigen a sus visitantes a distintas unidades como: Quiénes somos, Visita el museo, Colecciones, Exposiciones, Mediación y educación, Biblioteca, Salida de obras, Proyectos, Tienda. En cada una de ellas se ofrece información relevante para sus visitantes, desde datos de su misión e infraestructura hasta las actividades esenciales del museo.
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, también se podría considerar que se difunde la obra de los autores de la obra de la colección permanente el museo no explicita en sus plataformas públicas los métodos de selección
Formato de muestra	En sus sedes las exposiciones del museo alojan distintos formatos y materialidades en lo referente a las obras de arte, esto abarca las técnicas de pintura, grabados, esculturas, instalaciones, etc. y en su plataforma digital estas obras son difundidas en formato fotográfico y de video.

Nombre: Museo de Artes Visuales	
Tipo de página	Web institucional
Dueño de página	Fundación Cultural Plaza Mulato Gil de Castro
Domino vigente	https://www.mavi.cl/ / Fecha:09/10/2020
Descripción de la página	En su página principal destaca una portada de imágenes y texto relacionado con las actividades, que a su vez son vínculos a páginas de estas. En la parte superior de la pantalla se presentan siete enlaces los cuales son: Inicio, Somos, Exposiciones, Actividades, Educación, Servicios, Visitanos. Bajo estos se encuentran enlaces compuestos por imágenes y textos a las páginas: Plaza Mulato Gil De Castro, Sala Mas del MAVI, Premio MAVI Arte Joven, Colección De Arte MAVI, Barrio Arte, Beca Fundación Actual MAVI. El resto de la página principal contiene imágenes-enlaces que llevan a páginas dedicadas a exposiciones y actividades realizadas por el museo
Tipo de Artistas que exponen	Los expositores generalmente son artistas contemporáneos de reconocimiento o insertos en la esfera artística. El Museo de Artes Visuales realiza anualmente una exposición que agrupa las obras de múltiples artistas jóvenes emergentes, instancia a la que se accede mediante un concurso publico
Formato de muestra	En sus sedes las exposiciones del museo alojan distintos formatos y materialidades en lo referente a las obras de arte, esto abarca las técnicas de pintura, grabados, esculturas, instalaciones, etc. y en su plataforma digital estas obras son difundidas en formato fotográfico y de video.

Nombre: Centro Nacional de Arte Contemporáneo	
Tipo de página	Web institucional
Dueño de página	Subsecretaría de las Culturas y las Artes
Domino vigente	http://centronacionaldearte.cl/ / Fecha:09/10/2020
Descripción de la página	En su página principal, el centro muestra portales referentes a sus actividades y exposiciones. Junto con su portada principal la página cuenta con seis vínculos en una barra superior en la página estos son: información, programación, mediación, investigación, noticias, in english. Cada una de estos presenta otros hipervínculos para navegar por las distintas secciones de la página, desde datos de su misión e infraestructura hasta las actividades esenciales del museo.

Nombre: Centro Nacional de Arte Contemporáneo	
Tipo de Artistas que exponen	Los expositores son artistas contemporáneos de reconocimiento, estos artistas son seleccionados por un comité curatorial institucional en coordinación con la secretaria ejecutiva de las artes visuales del ministerio de la cultura, de las artes y el patrimonio.
Formato de muestra	Las obras en sus variados formatos y materialidades son representadas en la plataforma digital a través de formato fotográfico y de video.

Nombre: Centro Cultural Gabriela Mistral	
Tipo de página	Web institucional
Dueño de página	Alejandra Wood Huidobro
Domino vigente	https://www.gam.cl/ / Fecha:09/10/2020
Descripción de la página	En su página principal se muestra una presentación de un video referente a exposiciones o actividades destacadas. Posteriormente se muestran accesos a distintas ventanas referentes a actividades o exposiciones y videos que varían, algunos siendo videos relacionados a estas actividades y exposiciones, y en otros casos, tratándose de contenido para esta plataforma digital en una barra superior de la página de muestran los accesos titulados: visitanos, conocenos y se parte y en otra zona se presentan accesos a distintas categorías de contenido estas son: actividades, teatro, música, danza, bibliogam y circo
Tipo de Artistas que exponen	Los expositores son por lo general artistas o colectivos reconocidos o insertos en la esfera artística contemporánea. Estas exposiciones varían desde las dedicadas al trabajo de artistas particulares, grupos de artistas y colectivos, por otra parte, también el centro realiza convocatorias para múltiples artistas con el fin de dar un espacio para la difusión de arte. Junto con estos el centro cultural posee un reducido acervo de obras permanentes que se relacionan con la historia del centro cultural
Formato de muestra	En su sede las exposiciones del museo alojan distintos formatos y materialidades en lo referente a las obras de arte, esto abarca las técnicas de pintura, grabados, esculturas, instalaciones, etc. y en su plataforma digital estas obras son difundidas en formato fotográfico y de video.

Síntesis de Data de Museos (Tipo de Artistas que Exponen)	
MAC	Los expositores varían entre artistas contemporáneos de reconocimiento, artistas emergentes que pueden acceder a dichos espacios enviando proyectos para su evaluación de la Facultad de Artes de la Universidad de Chile.
MNBA	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, también se podría considerar que se difunde la obra de los autores de la obra de la colección permanente. El museo no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
MAVI	Los expositores generalmente son artistas contemporáneos de reconocimiento o insertos en la esfera artística. El Museo de Artes Visuales realiza anualmente una exposición que agrupa las obras de múltiples artistas jóvenes emergentes, instancia a la que se accede mediante un concurso publico
Centro Nacional de Arte Contemporáneo	Los expositores son artistas contemporáneos de reconocimiento, estos artistas son seleccionados por un comité curatorial institucional en coordinación con la secretaria ejecutiva de las artes visuales del ministerio de la cultura, de las artes y el patrimonio.
GAM	Los expositores son por lo general artistas o colectivos reconocidos o insertos en la esfera artística contemporánea. Estas exposiciones varían desde las dedicadas al trabajo de artistas particulares, grupos de artistas y colectivos, por otra parte, también el centro realiza convocatorias para múltiples artistas con el fin de dar un espacio para la difusión de arte.

4.1.2 Análisis de Información Obtenida de Páginas Web de Museos

El Museo de Arte Contemporáneo (MAC) de inaugura en 1947 originalmente y ha pasado por distintos periodos de inactividad y reaperturas relacionado con sus cambios de cedes. Observando su plataforma digital observamos que junto con su portada principal la página cuenta con ocho vínculos ya mencionados en la matriz de análisis que dirigen a sus visitantes a distintas unidades de la página web. Continuando por la página principal se pueden encontrar distintas imágenes que a su vez funcionan como enlaces a páginas de exposiciones y actividades organizadas por el museo. Los expositores varían entre artistas contemporáneos de reconocimiento, artistas emergentes que acceden a dichos espacios por concursos públicos y estudiantes de la Facultad de Artes de la Universidad de Chile.

El museo no detalla en sus plataformas cuales son los criterios de selección para los artistas que exponen en sus espacios físicos y digitales

El Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) fue fundado en el año 1880 bajo la presidencia de Aníbal Pinto sin embargo no se estableció en su sede actual hasta 1910. Analizando su presencia en la web nos encontramos con su página principal, en la cual se presentan enlaces a páginas de distintos eventos y actividades ofrecidos por el museo, cada uno compuesto de una imagen y texto referido al nombre de dicha instancia y una acotada descripción, también se encuentran accesos a carteleras, colecciones digitales, galerías, noticias y publicaciones. Junto con su portada principal la página cuenta con nueve vínculos ya nombrados en la matriz de análisis que dirigen a sus visitantes a distintas secciones de la página del museo. Junto con lo mencionado la página del museo contiene información sobre la misma institución, desde datos de su historia hasta su misión e infraestructura. Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, tanto nacionales como internacionales, también se podría considerar que se difunde la obra de los autores de la obra de la colección permanente el museo no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección

El Museo de Artes Visuales (MAVI) se inauguró el año 2011. En su página principal destaca una portada de imágenes y texto relacionado don as actividades que a si vez son vínculos a páginas de estas, en la parte superior de la pantalla se presentan siete enlaces los cuales son: enlaces Inicio, Somos, Exposiciones, Actividades, Educación, Servicios, Visitanos. Bajo estos se encuentran enlaces compuestos por imágenes y textos a las páginas: Plaza Mulato Gil De Castro, Sala Mas del MAVI, Premio MAVI Arte Joven, Colección de Arte MAVI, Barrio Arte, Beca Fundación Actual MAVI, el resto de la página principal contiene imágenes-enlaces que llevan a páginas dedicadas a exposiciones y actividades realizadas por el museo. Los expositores generalmente son artistas contemporáneos de reconocimiento o insertos en la esfera artística seleccionados por un comité curatorial según informa el museo en su plataforma web. El Museo de Artes Visuales realiza anualmente una exposición dedicada al “Premio MAVI Arte Joven” la cual agrupa las obras de múltiples artistas jóvenes emergentes que participan de esta instancia a la que se accede mediante un concurso público.

El Centro Nacional de Arte Contemporáneo fue fundado el año 2006 por iniciativa del Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio. En su página principal el centro muestra portales referentes a sus actividades y exposiciones. Junto con su portada principal la página cuenta con seis vínculos en una barra superior en la página los cuales ya fueron nombrados en la matriz de análisis. cada una de estos presenta otros hipervínculos en formato de listas replegable para navegar por las distintas secciones de la página, desde datos de su misión e infraestructura hasta las actividades esenciales del museo. Los expositores varían entre artistas contemporáneos de reconocimiento, estos artistas son seleccionados por un comité curatorial institucional en coordinación con la

secretaría ejecutiva de las artes visuales del ministerio de la cultura, de las artes y el patrimonio.

El Centro Cultural Gabriela Mistral fue inaugurado en el año 2010. En su página principal se sitúan en la parte superior los enlaces Visítanos, Conócenos y Se Parte. Luego se muestra una introducción en formato video referente a exposiciones o actividades destacadas, actualmente el video se refiere a la conmemoración del aniversario del Centro Cultural Gabriela Mistral. Bajo esa sección se muestran accesos a distintas ventanas dedicadas a actividades o exposiciones y videos que varían, algunos siendo videos relacionados a estas actividades y exposiciones, y en otros casos tratándose de contenido para esta plataforma digital, posteriormente se presentan en una barra imágenes con enlaces ya mencionados en la matriz de análisis y en su parte inferior se presentan logos de medios colaboradores, auspiciadores (gobierno de Chile como auspiciador) y desarrolladores. Los expositores son por lo general artistas o colectivos reconocidos o insertos en la esfera artística contemporánea. Estas exposiciones varían desde las dedicadas al trabajo de artistas particulares, grupos de artistas y colectivos, por otra parte, también el centro realiza convocatorias para múltiples artistas con el fin de dar un espacio para la difusión de arte. Junto con estos el centro cultural posee un reducido acervo de obras permanentes que se relacionan con la historia del edificio en el cual reside el centro cultural.

4.2 Matrices de Análisis Documental de Páginas Web de Galerías

En las siguientes matrices se muestran los resultados de los análisis realizados a las plataformas web de distintas galerías, para este estudio se consideró una muestra de cinco galerías nacionales y se recabaron datos concernientes a las características e información relevante para el estudio en sus plataformas web

Nombre de Galería: Patricia Ready Galería	
Tipo de página	Web Particular
Dueño de página	Galería de Arte Patricia Ready Ltda.
Domino vigente	https://galeriapready.cl/sitio/ / Fecha:15/08/2020
Descripción de la página	En la parte superior de la página se observan fotografías de la galería que se intercalan en un periodo breve de tiempo, la página presenta imágenes que a su vez son vínculos a las páginas de las obras que muestran, estas están acompañadas por el nombre de la obra, su colección, artista y ubicación, en una barra superior en la pantalla se encuentran siete vínculos los cuales son: Inicio, La Galería, Exposiciones, Artistas, Noticias, Ferias, Contacto. Las obras se

Nombre de Galería: Patricia Ready Galería	
	organizan dentro de perfiles de artistas, los cuales incluyen información biográfica sobre estos, su curriculum y su portafolio descargable en un archivo PDF.
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
Formato de muestra	Las obras en sus distintos formatos se muestran en la página mediante fotografías, estas se organizan en torno a páginas de exposiciones o perfiles de artista

Nombre de Galería: La Sala	
Tipo de página	Web particular
Dueño de página	Galería de Arte La Sala Ltda
Domino vigente	https://www.galeriasala.cl/
Descripción de la página	En su página principal se muestran distintas imágenes-vínculos que dirigen a distintas paginas destinadas para distintas categorías de obras y otras secciones de la página estas son: Pinturas, Esculturas, Grabados, Novedades, Exposición anterior, en una barra superior aparecen los siguientes vínculos: home, exposiciones, Quienes somos, proyectos y ferias, contacto, tienda y un icono de carro de compra, las obras aparecerán con su en la página con su título, artista, categoría y precio.
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
Formato de muestra	Las obras en sus distintos formatos se muestran en la página mediante fotografías, estas se organizan en torno a páginas de exposiciones o perfiles de artista

Nombre de Galería: Trece	
Tipo de página	Web particular
Dueño de página	Inversiones Punta Cielo Ltda
Domino vigente	http://galeria13.cl/
Descripción de la página	En su página principal de observa un recuadro con su logo, información sobre sus muestras y un listado de los artistas

Nombre de Galería: Trece	
	participantes, luego nos muestra imágenes-vínculos que nos llevan a distintas secciones: Artistas, Exposiciones, Trastienda. En su barra superior se encuentran los vínculos: home, historia, trastienda, exposiciones, artistas, contacto. En la parte inferior de la página se reiteran los vínculos de la barra superior y se incorporan enlaces a una exposición destacada y a la sección videos entrecalles.
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
Formato de muestra	Las obras en sus distintos formatos se muestran en la página mediante fotografías, estas se organizan en torno a páginas de exposiciones o perfiles de artista

Nombre de Galería: Bucci	
Tipo de página	Web particular
Dueño de página	Ennio Il Garofalo Lientur Bucci Abalos
Domino vigente	https://galeriabucci.cl/
Descripción de la página	En su página principal presenta un texto que contiene información sobre la galería, su misión e información relevante sobre su fundador y propietario (Ennio Bucci) en su parte superior presenta siete enlaces los cuales son: Artistas, Artistas Jóvenes, Historia, Blog, Prensa, Videos de Arte, 45° Aniversario, también muestra enlaces a las redes sociales Instagram y Facebook. En la parte inferior de la página principal se muestran medios de contacto
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen son artistas emergentes y artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería ofrece abiertamente medios de contacto para artistas que deseen exponer en sus espacios y da una forma de postular a estos, más allá de esto el sitio no explicita sus métodos de selección
Formato de muestra	Las obras en sus distintos formatos se muestran en la página mediante fotografías, estas se organizan en torno a perfiles de artista que muestran fotografías de su obra además de su nombre, formación académica y una descripción de su trabajo.

Nombre de Galería: Aninat Galería de Arte	
Tipo de página	Web particular
Dueño de página	Arte y Cultura Isabel Aninat Ltda
Domino vigente	https://www.aninatgaleria.org/ /Fecha: 17/10/2020
Descripción de la página	En la página principal se presenta una imagen de una obra es particular y bajo esta se ubica un texto con información respecto a la galería, su fundadora y misión en la parte superior se encuentran nueve vínculos con cuales son; Galería, Artistas, Noticias, Viewing Room, Exhibiciones, Ferias, Taller, Online, contacto. Las obras se presentan en páginas de colecciones, perfiles de artistas y junto a su precio en la tienda online
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
Formato de muestra	Las obras en sus distintos formatos se muestran en la página mediante fotografías, estas se organizan en torno a páginas de exposiciones o perfiles de artista

Síntesis de Data de Galerías (Tipo de Artista que Exponen)	
Galería Patricia Ready	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
La Sala	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
Trece	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección
Bucci	Los artistas que exponen son artistas emergentes y artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería ofrece abiertamente medios de contacto para artistas que deseen exponer en sus espacios y da una forma de postular a estos, más allá de esto el sitio no explicita sus métodos de selección
Aninat Galería de Arte	Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería no explicita en sus plataformas publicas los métodos de selección

4.2.1 Análisis de Información Obtenida de Páginas Web de Galerías de Arte

Los resultados presentados en estas matrices de análisis corresponden a la data recaudada mediante el estudio de distintas páginas web pertenecientes a galerías de arte, instituciones dedicadas a la difusión, exposición de arte y a la comercialización de arte siendo este su propósito principal. Estas plataformas se conforman como espacios para la visibilización del arte nacional y la construcción y posicionamiento del mercado del arte chileno.

La Galería Ready es una institución dedicada a la difusión y comercialización de obras de arte fundada durante la década de los ochenta. En su plataforma web presentan extractos de información breve sobre su historia, espacios y misión. Su página web se organiza con la siguiente estructura: en la parte superior de la página se observan fotografías de la galería que se intercalan en un periodo breve de tiempo, la página presenta imágenes que a su vez son vínculos a las páginas de las obras que muestran, estas están acompañadas por el nombre de la obra, su colección, artista y ubicación (muestra cierta similitud con una ficha técnica), en una barra superior en la pantalla se encuentran siete vínculos a diferentes secciones de la página. Las obras se organizan dentro de perfiles de artistas, los cuales incluyen información biográfica sobre estos, su currículum vitae y su portafolio descargable en un archivo PDF. Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería declara trabajar con artistas emergentes en su sitio “La galería tiene una línea curatorial abierta, otorgando un espacio a los artistas jóvenes y también a los que han conquistado un lugar en la plástica nacional e internacional” pero más allá de eso la galería no explicita en sus plataformas públicas los métodos de selección.

Galería La Sala, fue fundada en 1998. En su página principal se muestran distintas imágenes que a su vez son vínculos que dirigen a distintas páginas destinadas para distintas categorías de obras u otras secciones de la plataforma, en una barra superior aparecen una serie de vínculos importantes que fueron detallados en la matriz correspondiente, las obras aparecerán con su en la página con su título, artista, categoría y precio. Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería declara trabajar con artistas emergentes y consagradas en el medio artístico, no explicitando en sus plataformas públicas las formas en que conectan con dichos artistas ni sus métodos de selección

Galería Trece, es una institución de exhibición y venta de artes que funciona desde la década de los sesenta. En lo referente a su presencia en la web, se encuentra disponible su página dedicada a la galería junto a los artistas y las obras en esta, su página principal se ordena en la siguiente distribución: su portada principal en la cual se observa un recuadro con su logo, información sobre sus muestras y un listado de los artistas participantes, luego nos muestra imágenes que a su vez funcionan como vínculos que nos llevan a las secciones de Artistas, Exposiciones y Trastienda. En su barra superior se encuentran los vínculos

relevantes mostrados en la matriz de análisis. En la parte inferior de la página se reiteran los vínculos de la barra superior y se incorporan enlaces a una exposición destacada y a la sección videos entrecalles.

Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería declara trabajar tanto con artistas emergentes como consagrados, pero en sus plataformas públicas no se hace mención las formas de conectar con dichos artistas ni los métodos ni parámetros de selección que a ellos se aplican.

La Galería Bucci, es fundada en 1975 con un nombre homónimo de su fundador, el crítico de arte Enrico Bucci. En su página principal presenta un texto que contiene información sobre la esta, su misión y datos relevantes sobre su fundador y su propietario actual Ennio Bucci (hijo), en su parte superior presenta una variedad de enlaces nombrados en la matriz de análisis, entre estos enlaces se pueden destacar una página para artistas expuestos, otra dedicada a artistas jóvenes accesos a repositorios de artículos y videos, también muestra enlaces a las redes sociales Instagram y Facebook. En la parte inferior de la página principal se muestran medios de contacto

Los artistas que exponen artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería declara trabajar con artistas emergentes la y ofrece abiertamente medios de contacto para artistas que deseen exponer en sus espacios junto con instrucciones de como de postular su obra, más allá de esto el sitio no explicita sus métodos ni parámetros de selección

La Galería Aninat, es creada en 1982 de mano de Isabel Aninat quien sigue siendo su propietaria. Observando su plataforma virtual En la página principal se presenta una imagen referente a una obra o exposición en particular y bajo esta se ubica un texto con información respecto a la galería, su fundadora y misión además de información sobre el contenido que representa la imagen anterior. en la parte superior se encuentran una serie de vínculos ya nombrados en la matriz de análisis. Las obras se presentan en páginas de colecciones, perfiles de artistas y junto a su precio en la tienda online

Los artistas que exponen son artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, la galería declara trabajar con artistas emergentes, pero no explicita en sus plataformas publicas los métodos ni parámetros de selección

4.3 Matrices de Análisis Documental de Páginas Web de Redes Sociales

En las siguientes matrices se muestran los resultados de los análisis realizados a las plataformas web de distintas redes sociales, para este estudio se consideraron las redes sociales más predominantes y se recabaron datos concernientes a sus características e información relevante para el estudio en sus plataformas web

Nombre: Instagram		Lanzamiento: 06/10/2010
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Facebook, Inc.	
Domino vigente	www.instagram.com /Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que exponen en Instagram son variados en sus estilos técnicas y niveles de profesionalización y en particular esta plataforma se presta ampliamente a la difusión de arte por su formato focalizado en la publicación de imágenes a diferencia de otras plataformas que permiten post que contienen exclusivamente texto. Los artistas usuarios de esta plataforma exponen en perfiles individuales y aumentan su rango de alcance mediante el uso de hashtags que insertan a estas obras dentro de categorías que son promocionadas por la plataforma (ej.: #art, #pintura, etc.) de esta manera llegan a seguidores de los hashtags además de los seguidores propios, también se observa la existencia de perfiles comunitarios que se dedican a difundir obras, artistas tanto emergentes como consagrados, eventos culturales y seminarios, estos perfiles comunitarios cumplen funciones parecidas a las que se encuentran en un grupo de Facebook. La preferencia que esta página presenta por parte de los artistas se debe en parte al formato que esta ofrece, en el cual los perfiles toman el rol de una galería fotográfica o portafolio de artista accesible al publico	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video	
Usuarios	2.449 millones	

Nombre: Facebook		Lanzamiento: 04/02/ 2004
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Facebook, Inc	
Domino vigente	www.facebook.com / Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Existen artistas que individualmente llegan a una amplia audiencia, pero en general los artistas se organizan principalmente en grupos enfocados a la difusión y comercialización de obras de arte, estos grupos se conforman espacios para la generación de redes que interconectan a individuos que comparten interés en las artes llevando a la expansión de la audiencia de los artistas, además de ser espacios de publicación estos grupos son espacios de dialogo, retroalimentación y venta de obras para sus miembros. Mediante la funcionalidad de los grupos un artista tiene a opción de publicar sus trabajos en múltiples espacios de difusión que lo presentaran a distintas audiencias.	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías	
Usuarios	2.449 millones	

Nombre: Twitter		Lanzamiento: 21/03/2006
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Jack Dorsey	
Domino vigente	www.twitter.com /Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas exponen desde perfiles individuales aplicando el uso de hashtags para mejorar su alcance tal como en Instagram y los colectivos artísticos e instituciones también utilizan el mismo tipo de perfil y método de difusión, a diferencia de Instagram en Twitter se observa una menor presencia de publicaciones de arte, y en esta plataforma se observa que sus usuarios artistas publican en conjunto con sus obras enlaces para dirigir a sus audiencias a otras plataformas, Instagram por lo general. Una desventaja a considerar sobre las dinámicas funcionales de Twitter es la “vida útil” de una publicación en la cual esta es difundida y acapara interacciones, en el caso de Twitter esta es particularmente corta, 1 hora aproximadamente según los estudios de marketing y social media producidos por el grupo Somos	

Nombre: Twitter		Lanzamiento: 21/03/2006
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video	
Usuarios	340 millones	

Nombre: Pinterest		Lanzamiento: xx/01/2010
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Pinterest, Inc	
Domino vigente	www.pinterest.com /Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas exponen desde perfiles individuales, sus trabajos son clasificados por su temática, en esta plataforma las imágenes toman más peso que los perfiles. Estas imágenes se muestran en un Feed que es construido según los intereses de los usuarios, esta función que se basa en el constante flujo de imágenes hacia los usuarios de la plataforma plantea el beneficio de que una imagen producida puede ser constantemente promovida a diferentes usuarios de la plataforma expandiendo su vida útil después de su publicación	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video	
Usuarios	322 millones	

Nombre: Reddit		Lanzamiento: 2005
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Condé Nast Publications.	
Domino vigente	https://www.reddit.com/ /Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas exponen publicando sus trabajos en foros comunitarios llamados “Subreddit”, estas obras van marcadas con un “pin” que los identifica en temáticas de búsqueda dentro de la plataforma, las obras pueden ser recomendadas y situarse en un sitio preferencial en los foros en base a un sistema en el cual acumulan puntos por cada usuario que expresa se apreciación mediante un Up Vote (equivalente a un like)	

Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video
Usuarios	430 millones (Reddit supera a Twitter y Pinterest en número de usuarios activos. INBMKT.2019)

Síntesis de Data de Redes Sociales (Tipo de Artistas que Exponen)	
Instagram	Los artistas exponen en perfiles individuales y aumentan su rango de alcance mediante el uso de hashtags, también se observa la existencia de perfiles comunitarios que se dedican a difundir obras, artistas tanto emergentes como consagrados, eventos culturales y seminarios
Twitter	Los artistas exponen desde perfiles individuales aplicando el uso de hashtags para mejorar su alcance, colectivos artísticos e instituciones también utilizan el mismo tipo de perfil y método de difusión
Facebook	Existen artistas que individualmente llegan a una amplia audiencia, pero en general los artistas se organizan principalmente en grupos enfocados a la difusión y comercialización de obras de arte
Pinterest	Los artistas exponen desde perfiles individuales, sus trabajos son clasificados por su temática, en esta plataforma las imágenes toman más peso que los perfiles. Estas imágenes se muestran en un Feed que es construido según los intereses de los usuarios
Reddit	Los artistas exponen publicando sus trabajos en foros comunitarios llamados “Subreddit”, estas obras van marcadas con un “pin” que los identifica en temáticas de búsqueda dentro de la plataforma, su promoción depende de un sistema de votos

4.3.1 Análisis de Información Obtenida de Páginas Web de Redes Sociales

Por medio de las observaciones realizadas en torno al funcionamiento de las distintas redes sociales y al comportamiento de los Artistas Visuales Emergentes dentro de estas, el cual evidentemente varia adaptándose a las propiedades de estas plataformas. Según lo indagado respecto a los artistas que exponen en Instagram se puede distinguir una amplia presencia observable en esta plataforma de individuos que publican trabajos artísticos de manera periódica, dentro de un universo masivo de usuarios en general (2.449 millones, todo extraído de GlobalWebIndex). Como antes se mencionó la difusión de arte por se ve propiciada por su formato focalizado en la publicación de imágenes. Los artistas usuarios de Instagram exponen desde perfiles individuales y recurren al recurso integrado de hashtags que se conforman como un medio de aumentar el rango de alcance de obras

insertándola dentro de una o múltiples categorías promovidas dentro de la plataforma y llevar sus obras a los seguidores de los hashtags además de los propios. Por otra parte se encontró la presencia de lo que podríamos definir como “perfiles comunitarios” estos son básicamente perfiles del mismo formato que un perfil individual pero que usan las herramientas de la plataformas para difundir distintas obras, artistas tanto emergentes como consagrados, eventos culturales y seminarios y contenido artístico o relacionado a la historia del arte, estos perfiles comunitarios cumplen funciones parecidas a las que se encuentran en un grupo de Facebook bajo mecánicas y propiedades distintas a su contraparte. Un aspecto relevante es el formato en el cual son presentados los perfiles que contienen la información básica de su usuario, links a otras páginas si así lo desea y abajo eso accesos a cada una de las fotos publicadas, por su presentación los perfiles toman el rol de una galería fotográfica o portafolio (definido como un contenedor de pólpeles o dibujos, fotos y otros contenidos gráficos) para el uso del artista accesible al público.

Pasando a analizar la plataforma de Twitter se observa que los os artistas exponen al igual que en Instagram desde perfiles individuales aplicando el uso de hashtags para mejorar su alcance y los colectivos artísticos e instituciones también utilizan el mismo tipo de perfil y método de difusión, a diferencia de Instagram en Twitter posee un universo de usuarios bastante más reducido (340 millones de usuarios, dato extraído de-----) y se observa una menor presencia de publicaciones de arte, de hecho en plataforma se observa que sus usuarios artistas publican en conjunto con sus obras enlaces para de manera posiblemente intencionada redirigir a sus audiencias a otras plataformas entre las cuales Instagram es más prevalente. Una desventaja que considerar sobre las dinámicas funcionales de Twitter, es la “vida útil” de una publicación en la cual esta es difundida y acapara interacciones, en el caso de Twitter esta es particularmente corta, 1 hora aproximadamente según los estudios de marketing y social media producidos por la compañía de análisis de redes Sysomos (The Short Lifespan of a Tweet: Retweets Only Happen Within the First Hour, Frederic Lardinois. Readwrite.2010) podemos deducir que este es un aspecto en particular podría desincentivar el uso de esta plataforma ya que sería una limitante para la exposición de una obra de arte.

En cuanto a Facebook se puede afirmar que Existen artistas que individualmente llegan a una amplia audiencia, pero la herramienta más predominante para los artistas en esta plataforma es la organizan de comunidades a través de la función de Grupos de Facebook la cual les permite crear a los artistas espacios enfocados a la difusión y comercialización de obras de arte, estos grupos se conforman instancias para la generación de redes que interconectan a individuos que comparten interés en las artes (creadores, estudiantes, compradores) y llevando a la expansión de la audiencia de los artistas. Además, de ser espacios de publicación estos grupos son espacios de dialogo, retroalimentación y venta de obras para sus miembros. Mediante la funcionalidad de los grupos un artista tiene a opción de publicar sus trabajos en múltiples espacios de difusión que lo presentaran a distintas audiencias.

En la plataforma Pinterest los artistas exponen desde perfiles individuales, sus trabajos son clasificados por su temática, en esta plataforma las imágenes toman más peso que los perfiles. Estas imágenes se muestran en un “Feed” (Un Feed es un flujo de contenido por el que se puede desplazar. El contenido aparece en bloques parecidos que se repiten uno después del otro. Por ejemplo, un Feed puede ser editorial (como una lista de artículos o noticias) o puede ser una ficha (una lista de productos, servicios, etc.) (Google Support)). que es construido según los perfiles seguidos y los intereses y posibles intereses de los usuarios (Cómo Funciona El Algoritmo De Pinterest 2020. María Salto. Salto en Digital. 2020), esta función que se basa en el constante flujo de imágenes hacia los usuarios de la plataforma con el fin de generar el máximo nivel de atención e interacción por parte de sus usuarios (documental Netflix: El Dilema de las Redes Sociales). Esta dinámica plantea el beneficio de que una imagen producida puede ser constantemente promovida a diferentes usuarios de la plataforma expandiendo su vida útil después de su publicación

La plataforma de Reddit consiste en un sitio web de marcadores sociales y agregador de noticias, en este sus usuarios pueden hacer publicaciones de texto, imágenes, vídeos o enlaces. Los artistas exponen publicando sus trabajos en foros comunitarios llamados “Subreddit”, estas obras van marcadas con un “pin” que los identifica en temáticas de búsqueda dentro de la plataforma, las obras pueden ser recomendadas y situarse en un sitio preferencial en los foros en base a un sistema en el cual acumulan puntos por cada usuario que expresa su apreciación mediante un Up Vote que sería el equivalente a un like. De esta data se puede deducir que entre las redes sociales Instagram es la red que muestra un marcado dominio frente a las otras redes en lo que se refiere a la difusión de arte, principalmente por su vasta cantidad de usuarios y su plataforma especializada en la masificación de contenido visual. Por otra parte, Facebook, presenta la ventaja de la retroalimentación durante el desarrollo artístico de los individuos dentro de un espacio comunitario. Twitter por otra parte presenta ventajas y desventajas en su funcionamiento, el cual promueve las publicaciones en un periodo de inmediatez, pero pierde su efectividad en el largo plazo. Para finalizar, es prudente mencionar que las redes sociales se han tornado en un excelente vehículo para la difusión del arte y de cualquier tipo de contenido, tanto por su alcance y accesibilidad, estos datos reafirman los argumentos planteados en la revisión bibliográfica presentados en el capítulo segundo del presente trabajo.

Las plataformas indagadas fueron seleccionadas por sus propiedades y su predominancia dentro del espectro de las redes sociales, se situaban como objetos indispensables de estudio para la comprensión del fenómeno de la difusión de obras de arte en las plataformas digitales y en las redes sociales más específicamente. Descartando de esta manera plataformas de redes sociales como WhatsApp y Tiktok ya que sus formatos y finalidades no son compatibles para presentar el fenómeno estudiado en esta investigación.

4.4 Matrices de Análisis Documental de Plataformas Digitales Dedicadas a la Difusión de Arte

En las siguientes matrices, se muestran los resultados de los análisis realizados a las plataformas web dedicadas a la difusión del arte. Para este estudio se consideró una muestra de seis plataformas digitales que ya sea por su funcionalidad meramente, o por diseño deliberado se prestan para la difusión de obras de arte, observando estas páginas se recabaron datos concernientes a las características e información relevante para el estudio en sus plataformas web.

Nombre: Deviantart		Lanzamiento: 07/08/2000
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	DeviantART, LLC.	
Domino vigente	www.deviantart.com / Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas exponen desde perfiles individuales y son clasificados en relación a la temática de su obra, estos perfiles tienen integradas funciones de publicación de obras, mensajes comunitarios y ventas. DeviantART a diferencia del resto de las plataformas correspondientes a las redes sociales se sitúa como un espacio para un circuito más reducido y especializado por ser esta una plataforma planteada exclusivamente para la publicación de obras de arte y diseño	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video	
Usuarios	35 millones de usuarios registrados según data de 2015 (Wikipedia.org)	

Nombre: Behance Network		Lanzamiento: 06/11/2005
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Adobe, Inc	
Domino vigente	www.behance.net	
Tipo de Artistas que exponen	Artistas exponen en perfiles que se construyen como una especie de curriculum, estos especifican su profesión o especialidad, sus obras son archivadas en "proyectos" y ordenados en categorías respecto a la temática y técnica de su trabajo (en este caso programas ya que	

Nombre: Behance Network		Lanzamiento: 06/11/2005
	hablamos de una plataforma para para usuarios de Adobe), está plataforma se muestra como un espacio ideado para como una herramienta de desarrollo a nivel profesional diseñada para que sus usuarios tengan acceso a espacios para mostrar su trabajo y buscar prospectos profesionales con su función de ofertas laborales integrada	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video	
Usuarios	10 millones (Las 50 redes sociales con más usuarios en el mundo. Joana Santos. Wild Wild Web. 2017)	

Nombre: Google Arts & Culture		Lanzamiento: 19/07/2016
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	Google LLC	
Domino vigente	https://artsandculture.google.com/ /Fecha:04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Instituciones ligadas al arte como museos de distintos tipos y centros culturales	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías	
Usuarios	No consignado	

Nombre: Flickr		Lanzamiento: 10/02/2004
Tipo de red	Particular / Comunitaria	
Dueño de pagina	SmugMug, Inc	
Domino vigente	www.flickr.com /Fecha: 04/10/2020	
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas exponen perfiles individuales, simples y con limitada información. La plataforma se centra en la formación de galerías fotográficas, siendo esta plataforma dedicada casi exclusivamente a la exposición y venta de fotografías, dentro de esta red también se encuentra la función de grupos que forman comunidades en torno a la publicación de arte.	
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video	

Nombre: Flickr	Lanzamiento: 10/02/2004
Usuarios	87 millones (The man behind Flickr on making the service 'awesome again'. Adrienne Jeffries. The Verge. 2013)

Nombre: Coroflot	Lanzamiento:
Tipo de red	Particular / Comunitaria
Dueño de pagina	Sin verificación
Domino vigente	www.coroflot.com /Fecha: 04/10/2020
Tipo de Artistas que exponen	Los artistas que utilizan esta plataforma tienen un perfil construido como un currículum, su funcionalidad está pensada con el fin de que empresas y empleadores particulares busquen talento en las distintas áreas del diseño
Formato de muestra	Imágenes, Fotografías, Video
Usuarios	Sin verificación

Síntesis de Data de Plataformas Dedicadas a la Difusión de Arte (Tipo de Artistas que Exponen)	
DeviantART	Los artistas exponen desde perfiles individuales y sus obras son clasificadas respecto a temáticas. DeviantART se sitúa como un espacio para un circuito más reducido y especializado por ser esta una plataforma planteada exclusivamente para la publicación de obras de arte y diseño
Behance Network	Artistas exponen en perfiles que se construyen como una especie de currículum, estos especifican su profesión o especialidad, sus obras son archivadas en "proyectos" y ordenados en categorías respecto a la temática y técnica de su trabajo, esta plataforma se muestra como un espacio ideado para como una herramienta de desarrollo y búsqueda de prospectos profesionales
Google Arts & Culture	Instituciones ligadas al arte como museos de distintos tipos y centros culturales
Flickr	Los artistas exponen desde perfiles individuales. La plataforma se centra en la formación de galerías fotográficas, dentro de esta red también se encuentra la función de grupos que forman comunidades en torno a la publicación de arte.
Coroflot	Los artistas que utilizan esta plataforma tienen un perfil construido como un currículum, su funcionalidad está pensada con el fin de que empleadores busquen talento en las distintas áreas del diseño

4.4.1 Análisis de Información Obtenida de Plataformas Digitales Dedicadas a la Difusión de Arte

Los resultados presentados en estas matrices de análisis corresponden a la data recaudada mediante el estudio de distintas páginas cuyas finalidades o funciones más prevalentes es la difusión de contenido visual de corte artístico en el espacio virtual, estas redes por su formato y finalidades más especializados por lo general cuentan con universos de usuarios más reducidos en relación a las redes sociales ya estas están destinadas para un público artístico especializado más que para un público general masivo. Estas plataformas se conforman como herramientas cuya finalidad casi exclusiva es la visibilización y desarrollo del arte emergente a través de los medios virtuales.

En la plataforma virtual de DeviantART los artistas exponen desde perfiles individuales y sus trabajos son clasificados en relación con la temática de la obra, estos perfiles tienen integradas múltiples herramientas y les dan acceso a sus usuarios a funciones de publicación de obras, mensajes comunitarios y ventas. DeviantART a diferencia del resto de las plataformas correspondientes a las redes sociales se sitúa como un espacio para un circuito más reducido y especializado, con un universo de 35 millones de usuarios se presenta como una plataforma con una relativa prevalencia en la propagación de arte por medios digitales, alojando una cantidad considerable de usuarios y comunidades a pesar de que sus funcionalidades apelan a audiencias más específicas y reducidas, y a las necesidades de personas insertas de manera principiante o profesional en los círculos del arte y el diseño,

Behance Network Artistas exponen en perfiles que se construyen como una especie de curriculum, estos especifican su profesión o especialidad y cargos ocupados, sus obras son archivadas en "proyectos" y ordenados en categorías respecto a la temática y técnica de su trabajo (en este caso programas ya que hablamos de una plataforma para usuarios de Adobe), esta plataforma se muestra como un espacio ideado para como una herramienta de desarrollo a nivel profesional diseñada para que sus usuarios tengan acceso a espacios para mostrar su trabajo y buscar prospectos profesionales con su función de ofertas laborales integrada. Siendo una web en la que se presencia difusión de arte en general esta plataforma está en su centro orientada a la temática del diseño mucho más que otras plataformas

En Flickr los artistas exponen desde perfiles individuales, simples y con limitada información (nombre de usuarios y enlaces a otras plataformas). Flickr se presenta como una red social para fotógrafos y la plataforma se centra en la formación de galerías fotográficas, su finalidad se centra casi exclusivamente en el almacenamiento, la exposición y venta de fotografías, (siendo este uso ampliado por quienes suben trabajo de otras técnicas) dentro de esta red también se encuentra la función de grupos que forman comunidades en torno a la publicación de arte y cuenta con un universo de usuario de 87 millones de usuarios según información publicada por The Verge el 2013 (The Man

Behind Flickr on Making the Service 'Awesome Again'. Adrienne Jeffries. The Verge. 2013). Aunque ciertamente en cuanto a su número de usuarios Flickr tiene una base considerable, su relevancia ha disminuido paulatinamente por la aparición de nuevos servicios que cumplen sus funciones de igual o mejor manera y que lograron apelar a mayores audiencias (Flickr, contra la espada y la pared: pide ayuda a los usuarios para no desaparecer. José García. Xataka. 2019).

Otras plataformas anteriormente consideradas en este estudio fueron Google Arts And Culture y Coroflot, pero en última instancia, ni sus funciones ni finalidad correspondían al fenómeno estudiado. Google Arts and Culture es una plataforma dedicada a la difusión de arte, que funciona como un repositorio abierto en internet para obras de arte expuestas en museos a través del mundo. Coroflot por otra parte es una herramienta enfocada en conectar a diseñadores gráficos con oportunidades laborales y no sería compatible con la difusión de obras a amplias audiencias.

4.5 Análisis General de Información Obtenida de Plataformas Digitales

Para realizar el análisis documental de las plataformas digitales, se examinaron veinte plataformas digitales, distribuidas en cuatro ejes: plataformas digitales de museos, plataformas digitales de galerías de arte, plataformas digitales correspondientes a redes sociales y plataformas digitales dedicadas a la difusión de arte, a continuación se detallaran las distintas plataformas examinadas según eje:

- a) Plataformas digitales de museos: las plataformas digitales de museos analizadas conforman un grupo de cinco compuesto por el Museo de Arte Contemporáneo (MAC), Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA), Museo de Artes Visuales (MAVI), Centro Nacional de Arte Contemporáneo y el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM)
- b) Plataformas Digitales de Galerías de Arte: las plataformas de galerías analizadas conforman un grupo de cinco compuesto por la Galería Patricia Ready, La Sala, Trece, Bucci y Aninat Galería de Arte
- c) Plataformas de Redes Sociales: las plataformas de redes sociales analizadas conforman un grupo de cinco compuesto por Instagram, Twitter, Facebook, Pinterest y Reddit
- d) Plataformas Digitales Dedicadas a la Difusión de Arte: las plataformas dedicadas a la difusión de arte analizadas conforman un grupo de cinco compuesto por DeviantART, Behance Network, Google Arts & Culture, Flickr y Coroflot

Todas estas plataformas fueron analizadas bajo los siguientes parámetros:

- a) Tipo de página
- b) Dueño de página
- c) Dominio vigente
- d) Descripción de la página
- e) Tipo de Artistas que exponen
- f) Formato de muestra

Concluida la elaboración de las distintas matrices de análisis documental de las plataformas digitales, se prosiguió con un análisis detallado de cada uno de los ejes, esta información forma parte de los análisis integrados que constituyen las conclusiones de la presente investigación.

Dentro de la información extraída podemos destacar:

- a) las plataformas digitales correspondientes a instituciones de los circuitos artísticos, comparten una estructura general, un orden estético que se encuentra presente tanto en páginas de museos como galerías, se puede deducir que su estructura esta ideada con el objetivo de resaltar visualmente el contenido que ofrecen, ya sea relacionados a obras, colecciones y artistas expuestos, como a actividades realizadas. La misma característica se observa en las páginas de redes sociales y de difusión de arte, en función a las propiedades de ellas, en estas se resalta mediante contenido visual el “Feed” de información ubicado en su centro y los enlaces laterales y superiores con los cuales se navega en las plataformas.
- b) Otro aspecto para resaltar en este análisis general, se refiere a los tipos de artistas que exponen en las distintas plataformas digitales, los cuales se muestran en el siguiente cuadro general:

Síntesis de Data de Plataformas Digitales (Tipo de Artistas que Exponen)	
Museos	Los artistas que exponen son por general artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, En dos de estas instituciones se presentan instancias para artistas emergentes, el Museo de Arte Contemporáneo que se presenta abierto a recepción de proyectos, y el Museo de Artes Visuales que anualmente realiza la iniciativa “Premio MAVI Arte Joven”
Galerías	Los artistas que exponen son por lo general artistas contemporáneos insertos en la esfera artística y el mercado del arte, las galerías declaran en sus páginas trabajar con artistas emergentes, pero no presentan medios explícitos para que los artistas se aproximen a ellas,

Síntesis de Data de Plataformas Digitales (Tipo de Artistas que Exponen)	
	la excepción es la Galería Bucci la cual otorga medios de contacto a artistas emergentes interesados en exponer en ella,
Redes Sociales	Son artistas por lo general emergentes que exponen desde perfiles de usuarios adaptándose a las distintas dinámicas funcionales de cada red para aumentar el alcance de sus obras.
Plataformas dedicadas a la difusión de arte	Son artistas por lo general emergentes que exponen desde perfiles de usuarios. Los artistas en estas plataformas se comportan de manera similar al artista de redes sociales, el funcionamiento de estas plataformas también es similar siendo enfocado a círculos más reducidos y especializados

Fuente: elaboración propia

4.5.1 Muestra Gráfica de Obras Arte Visual Publicadas en las Plataformas Digitales

Obras de arte Visual Publicadas en Instagram y Facebook (las plataformas de redes sociales preferidas por los artistas emergentes). Las Obras que se muestran han tenido entre 2.000 y 10.000 likes.



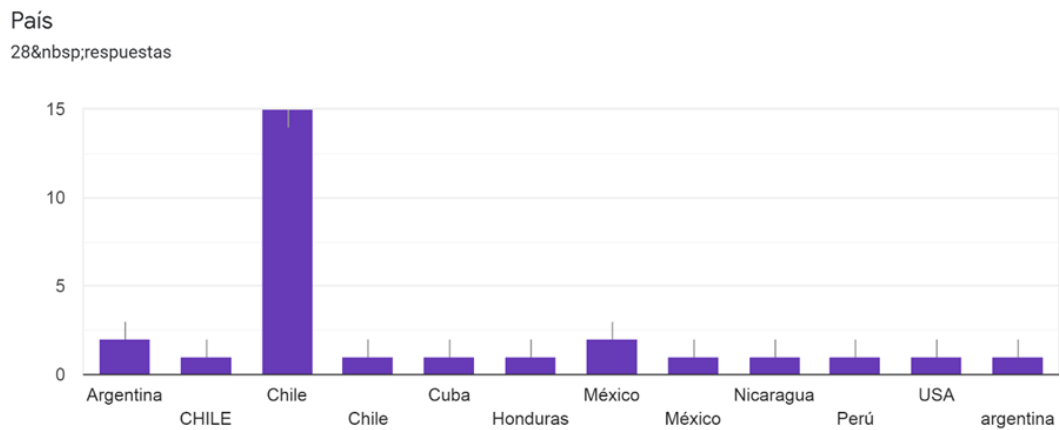


4.6 Resultados de Indagación de Uso de Plataformas Digitales por Artistas Emergentes (Resultados Encuesta Semiestructurada)

Los siguientes resultados, se originan a partir de la indagación respecto al uso de plataformas digitales por artistas emergentes. Se recabaron las respuestas de 28 artistas emergentes a través un formulario publicado por medio de la plataforma Google Forms. Los diferentes resultados se muestran a través de gráficos y cuadros sinópticos

Pregunta N°1

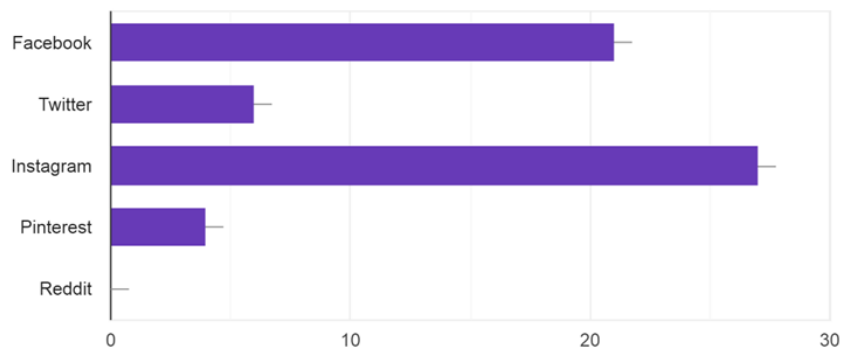
Gráfico N°1: Nacionalidad Artistas Emergentes (Residentes en Chile)



Pregunta N°2

Gráfico N°2: Artistas Emergentes y Redes Sociales

¿En cuáles redes sociales publicas creaciones artísticas? (márcalas)
28 respuestas



Pregunta N°3:

Cuadro N°1: Redes Sociales y Preferencias

¿Cuál de las redes sociales prefieres para la difusión de trabajos artísticos y por qué?

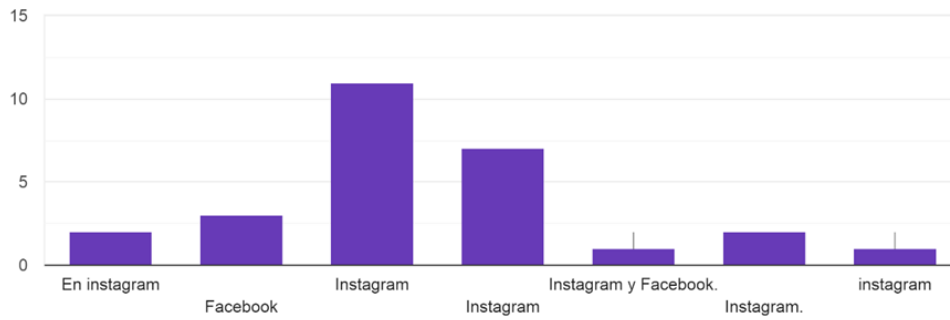
Los resultados se presentan en el siguiente cuadro sinóptico, el cuál muestra la preferencia manifestada por los usuarios, el porcentaje de uso, y las razones de dicha preferencia

Preferencia	Red Social	% de Uso	Razón de Preferencia
1°	Instagram	96.4%	- Mejor difusión - Colaboración con otros perfiles de arte - Mayor enlace con los seguidores - Mayor difusión de arte - Cita: Instagram, porque es una app en la cual la imagen es importante y llega de manera más rápida a más personas, además si quieres puedes publicitar tu obra. Instagram tiene diferentes cuentas que funcionan como galerías virtuales, puede inclusive haber una curatoría.
2°	Facebook	75%	- Abundante retroalimentación - Buena instancia para compartir con círculos cercanos - Cita: “Grupo de arte internacional, gente educada y delicada para dar su opinión”
3°	Twitter	21.4%	No se explicitaron razones de preferencia
4°	Pinterest	14.3%	- Contexto de enfoque artístico
5°	Reddit	0%	No se explicaron razones de preferencia

Pregunta N°4

Gráfico N° 3: Red Social y Preferencia de Uso

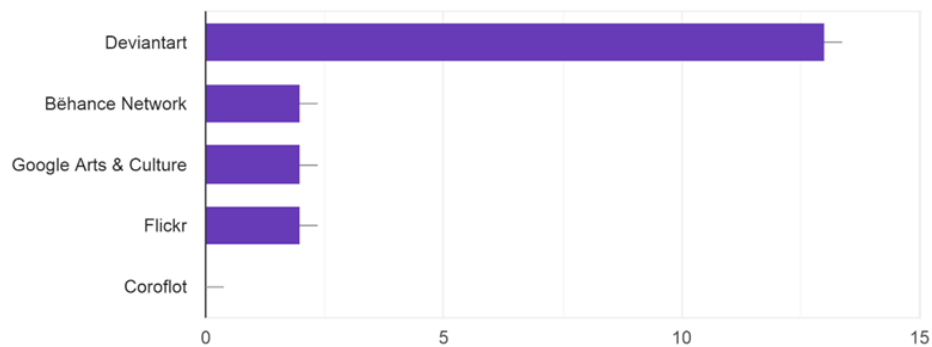
¿En cuál red social publicas mayoritariamente?
27 respuestas



Pregunta N°5

Gráfico N4: Plataforma Digital y Difusión del Arte

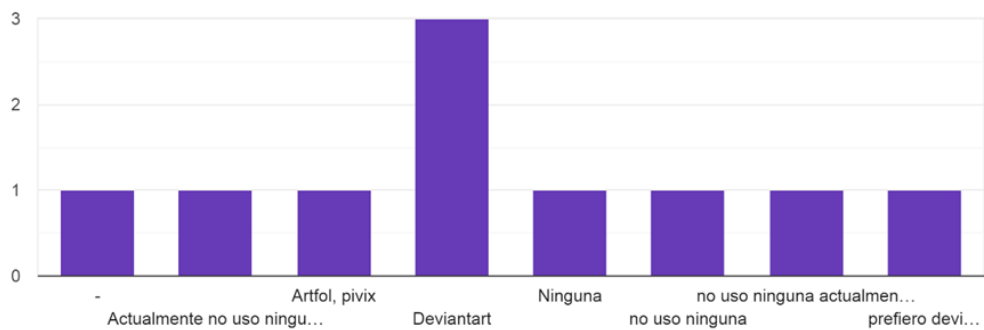
¿Qué plataformas utilizas para la difusión de tu arte?
16 respuestas



Pregunta N°6

Gráfico N°5: Plataforma Digital y Preferencia de Uso

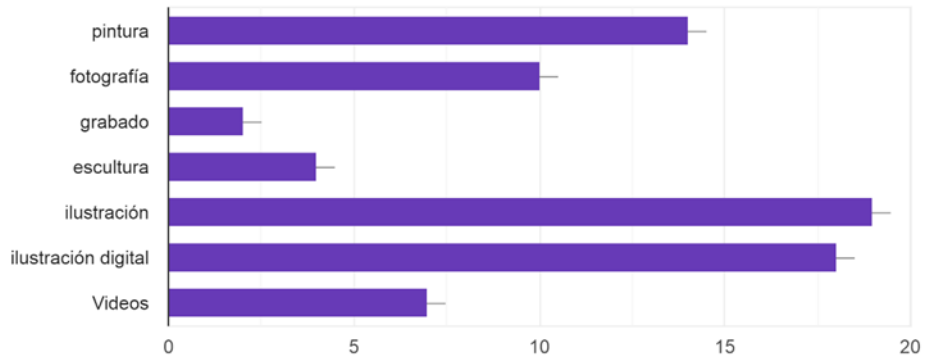
Si utilizas más de una de éstas plataformas ¿Cuál prefieres?
10 respuestas



Pregunta N°7

Gráfico N°6: Contenidos Artísticos y Publicación

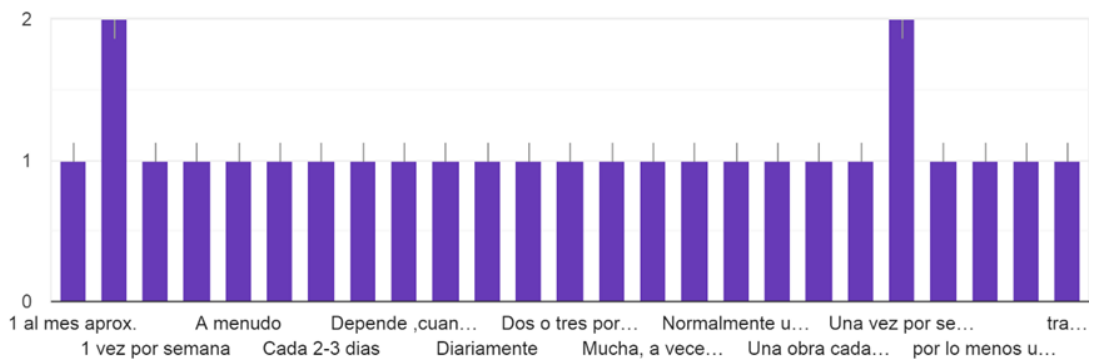
¿Qué tipo o tipos de contenidos artísticos visuales publicas?
28 respuestas



Pregunta N°8

Gráfico N°7: Artistas Emergentes y Frecuencia de Publicación

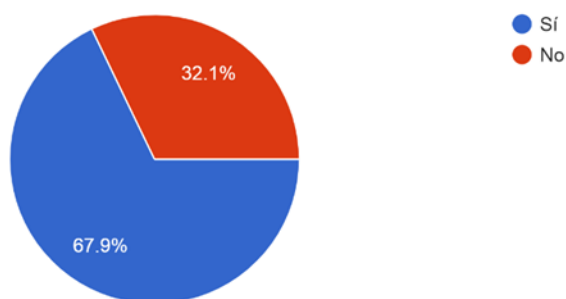
¿Con qué frecuencia publicas tus trabajos artísticos?
27 respuestas



Pregunta N°9

Gráfico N°8: Venta de Obras Artísticas y la Web

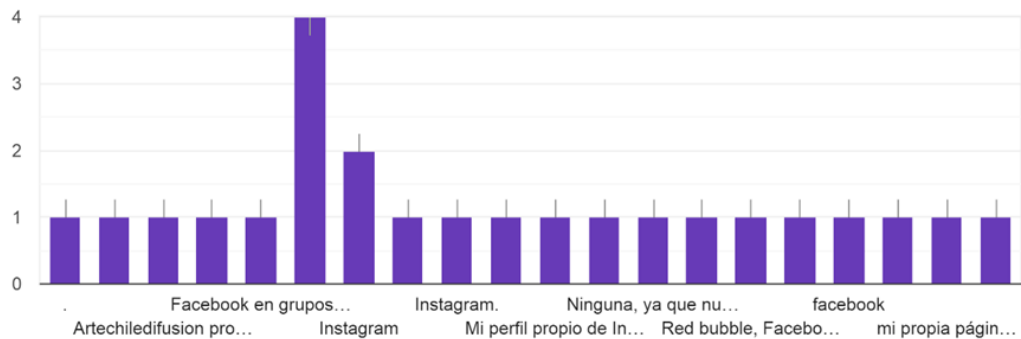
¿Has vendido tus obras de por medio de internet?
28 respuestas



Pregunta N°10

Gráfico N°9: Venta de Obras Artísticas y Plataformas Digitales

¿Cuál o cuales paginas has utilizado para vender obras de arte en internet?
24 respuestas



Pregunta N°11

Cuadro N°2: Plataformas Digitales y Difusión del Arte

Según tu experiencia, ¿El uso de las plataformas digitales ha contribuido a dar a conocer tu arte? sí, no ¿por qué?

Los resultados se presentan en el siguiente cuadro sinóptico, el cuál muestra las afirmaciones manifestada por los usuarios, el porcentaje estas, y las razones de dichas afirmaciones.

Afirmación	Porcentaje	Razones de Afirmación
SI	100%	<ul style="list-style-type: none"> -Facilitan la llegada a otras personas -Cita: “Si. Ha permitido movilidad sin depender de espacios físicos o tener que depender de recursos que no poseo.” -Posible punto de entrada a la esfera artística - Cita: “Sí, porque amplió mi mercado a uno internacional donde sin problemas se difunden y aceptan el costo que doy, sin mencionar que en Chile casi no consideran como un trabajo a los ilustradores o artistas en cambio en el extranjero sí.” - Permite a las audiencias vincularse con las creaciones, compartirlas y que a su vez lleguen a una mayor cantidad de individuos -Puedo generar una relación con el público hablando con ellos de una forma más cercana que muchas veces no se da en las salas de exposiciones convencionales. ...el público

Afirmación	Porcentaje	Razones de Afirmación
		en galerías físicas es mucho más acotado en relación al flujo y cercanía (paradójicamente) que ofrece internet.” - “Creo que una obra digital puede tener más interacción que una obra en una galería. Por la poca concurrencia de gente a las galerías, es una manera de mostrar más democrática”. -permiten ampliar audiencia mediante el uso de múltiples plataformas - son de uso gratuito
NO	0%	-No corresponde

4.6.1 Análisis de los Resultados de la Indagación de Uso de Plataformas Digitales por Artistas Emergentes (Encuesta a Artista Emergentes)

El análisis de los resultados muestra que el 60.8% de los artistas que participaron en el estudio corresponden a nacionalidad chilena, el restante porcentaje se distribuyó en: 10.7% argentinos, 10.7% mexicanos, el 17.8% faltante correspondió a porcentajes iguales (3.6%) entre artistas de Cuba, Honduras, Nicaragua, Perú y U.S.A.

Respecto al uso de las redes sociales, los datos extraídos nos indican que los artistas difunden sus obras en múltiples redes sociales simultáneamente, los artistas presentan una marcada preferencia por la plataforma de Instagram la cual concentra un 96.4% de las respuestas. Las inclinaciones de uso de estas redes mostradas por los artistas muestran los siguientes porcentajes de uso en las redes sociales: Facebook 75%, Twitter 21.4%, Pinterest 14.3% y ninguno de los participantes del estudio declaro ser usuario de Reddit.

Examinando las razones que declaran los artistas participantes del estudio, podemos observar distintos argumentos que sustentan las preferencias por cada una de estas plataformas, en el caso de Instagram, la preferencia radica en que proporciona una mayor difusión, permiten instancias de colaboración con otros perfiles de arte y un mayor enlace con los seguidores. Entre las apreciaciones entregadas por los participantes se destaca el énfasis que le da Instagram a la imagen en su plataforma, por esta particular característica los perfiles de Instagram se prestan para funcionar como galerías virtuales. En lo que se refiere a Facebook, se le describe como una plataforma óptima para compartir obras de arte con círculos cercanos y otros artistas en la red, los participantes destacan la presencia de grupos orientados al arte en los cuales junto con espacios de publicación existen comunidades que proveen retroalimentación por parte de sus distintos miembros. En cuanto a Pinterest los participantes del estudio la describieron como una plataforma cuyo enfoque propiciaba el contenido artístico. Twitter a pesar de ser utilizado por los artistas

participantes del estudio no recibió comentarios sobre la razón de su uso y ninguno de los artistas encuestados declaró ser usuario de Reddit ni emitió comentario sobre esta plataforma

Respecto a la respuesta de los participantes del estudio en relación a la plataforma digital en la cual publican sus obras en mayor medida, dos redes sociales concentran la totalidad de las preferencias declaradas, Instagram se constituye como la plataforma dominante con un 88.8% de las preferencias, Facebook le sigue con un 11.1% del total.

En lo referente a la indagación del uso de plataformas dedicadas a la difusión de arte y diseños se puede observar que se repite el uso de más de una plataforma simultáneamente, en la data observadas se muestra una tendencia marcada hacia el uso de Deviantart el cual concentra un 81.3% de las respuestas registradas, las plataformas Bēhance Network, Google arts & Culture y Flickr le siguen con porcentajes igualados al 12.5%, Ninguno de los artistas de la muestra declaró que utilizaba la plataforma Coroflot.

En la pesquisa de la preferencia de uso de las plataformas digitales dedicadas a la difusión de arte, la plataforma Deviantart se presenta como la página más utilizada concentrando un 40% de las respuestas registradas, en algunas respuestas se sugirieron plataformas que originalmente no se habían considerado en este estudio (Artfol y Pivix), el resto de las respuestas que constituye la mayoría declara no usar ninguna plataforma de difusión dedicadas al arte.

Observando las respuestas referidas a los contenidos artísticos que se difunden en la red se puede evidenciar que los individuos exponen obras de variadas técnicas artísticas en las plataformas digitales: las Ilustración y la Pintura se sitúan como las técnicas más publicadas, la Ilustración con un 67.9%, Ilustración Digital con un 64.3% y la Pintura con un 50%, le siguen Fotografía con un 35.7%, Video con un 25%, Escultura con un 14.3% y Grabado con un 7.1%.

Las respuestas registradas en lo concerniente a la regularidad de publicaciones en las plataformas digitales muestran que existen ciertos rasgos comunes en los itinerarios de publicación, los artistas explicitan estos itinerarios de publicación organizándolos en torno a una meta de obras semanales o mensuales. Los resultados del estudio arrojan que: el 7.1% declara publicar diariamente su trabajo en las plataformas digitales, quienes declaran publicar una vez por semana corresponden al 21.4%, dos veces por semana son el 10.7%, quienes declaran publicar una o dos veces por semana son el 3.6%, igualmente quienes publican dos o tres veces por semana se sitúan en un 3.6%, quienes declaran publicar una vez por mes forman un 10.7%, dos veces al mes el 7.1% y quienes publican tres veces al mes conforman un 3.6%. todos estos porcentajes mostrados que agrupan a los artistas que declaran una rutina de publicación planificada corresponden al 67.8% del total de la muestra, el 32.2% restante representa los artistas que no manifestaron un itinerario planificado de publicación.

Al ser consultados sobre la venta de obras de arte mediante plataformas digitales, la mayoría de las respuestas indican que los artistas participantes del estudio si han vendido

sus obras de arte mediante internet. La respuesta “sí” corresponde al 67.9% de las respuestas y el “no” al 32.1%

Al indagar respecto a las plataformas que los artistas de la muestra utilizan para vender obras de arte en la web, las respuestas recabadas muestran una clara preferencia por Instagram siendo el 71.2% de los individuos de la muestra quienes afirman haberla utilizado, le sigue Facebook con un 29.4 % y luego DeviantART con un 4.2%, algunos usuarios mencionaron plataformas que anteriormente no se habían considerado en el planteamiento del formulario (específicamente Amino, Red Bubble y Cohetelunar) y finalmente un 25.2 % de los usuarios asegura no haber usado ninguna plataforma para vender arte online.

En relación con las apreciaciones frente a la contribución de las plataformas virtuales en la difusión de su arte. Al responder el 100% de los artistas emergentes participantes del estudio afirmaron que el uso de las plataformas virtuales había contribuido en el proceso de dar a conocer su arte a mayores audiencias y mercados. Además de estos beneficios, sus apreciaciones incluyen la posibilidad de conectar con otras personas interesadas en el arte y con sus obras, junto a esto, expresan, que el uso de las plataformas digitales potencia la movilidad en su desarrollo artístico sin depender de espacios físicos ni recursos fuera de su alcance.

4.7 Aplicación de los Resultados de la Investigación en el Ámbito Pedagógico

El tema de la presente investigación: “El Arte Visual y los Espacios Digitales: Una Posibilidad de Difusión para Artistas Emergentes”, si bien, no es un tema directamente relacionado con el quehacer tradicional del Profesor(a) de Artes Visuales, permite expandir los conocimientos entrelazando distintos campos disciplinarios que aportaran nuevas perspectivas de innovación a su trabajo pedagógico.

Los dos grandes temas troncales de la presente investigación: el arte y la web, son temas que el currículo nacional aborda en algunas de sus significaciones y manifestaciones, aunque de forma precaria en cuanto a horas y recursos para desarrollarlos, no obstante, estas circunstancias, la innovación pedagógica permite a los docentes abordar con creatividad estos conocimientos.

La investigación realizada presente un conjunto de interesantes resultados que pueden ser transferidos a la actividad pedagógica permitiendo al profesor(a) y los(as) estudiantes enriquecer las situaciones de enseñanza-aprendizaje.

Como eje estratégico de la actividad pedagógica se seleccionó el portafolio, entendiéndolo como una herramienta de aprendizaje y evaluación que realiza el alumno a medida que aporta sus tareas, sus actividades sobre una determinada materia o sobre un proyecto educativo. Todas estas evidencias de aprendizaje informan sobre los logros y avances que realiza el alumno (Montoya 2016).

Se entenderá como planificación pedagógica al proceso de orientación racional y sistemático de actividades y proyectos a desarrollar asignando adecuadamente los recursos existentes para lograr los objetivos educativos. La planificación pedagógica corresponde a la planificación microcurricular, que es un documento cuyo propósito consiste en desarrollar las unidades de planificación desplegando el currículo en el tercer nivel de concreción; está determinado de acuerdo a los lineamientos previstos por cada institución educativa. Para la realización de esta actividad, se optó por el formato de planificación lineal a clase a clase, ya que es la más utilizada en los colegios y fue la que se me solicitó realizar en mi práctica Profesional.

4.7.1 Planificación Actividad Pedagógica

Curso: 7° Básico

Unidad 4: Íconos sociales de Diversas Épocas y Culturas

Conocimientos:

- Manifestaciones visuales referidas a iconos sociales, objetos icónicos con imágenes icónicas de diversas épocas y culturas.

Actitudes:

- Disfrutar y valorar la diversidad en manifestaciones estéticas provenientes de múltiples contextos.

Objetivos de Aprendizaje:

OA 04

Interpretar manifestaciones visuales patrimoniales y contemporáneas, atendiendo a criterios como características del medio de expresión, materialidad y lenguaje visual.

OA 05

Interpretar relaciones entre propósito expresivo del trabajo artístico y la utilización del lenguaje visual.

OA 06

Caracterizar y apreciar espacios de difusión de las artes visuales contemplando medios de expresión presentes, espacio, montaje y público, entre otros.

Habilidades:

- Búsqueda de información usando variadas fuentes.
- Síntesis de información.
- Presentación de información.
- Interpretación de manifestaciones visuales en relación con la materialidad y aplicación de lenguaje visual.
- Interpretación de trabajos personales y de sus pares, en relación con la originalidad, materialidad y aplicación de lenguaje visual.

Clase N° 1

Objetivos de Aprendizajes	Actividades	Recursos	Evaluación
OA 4 OA 5	-Saludos e introducción a actividades (5 min) -Exposición introductoria de contenidos y actividades correspondientes a la unidad N°4 (40 min) -Presentación de la actividad de portafolio e introducción a guía de desarrollo de la actividad (40 min) -Cierre de clase (5 min)	- PPT de Contenidos - Guía de Portafolio	Formativa

Clase N°2

Objetivos de Aprendizajes	Actividades	Recursos	Evaluación
OA 6	-Saludos e introducción a actividad (5 min) -Exposición correspondiente a contenidos y actividades de la unidad N°4 (40 min) -Portafolio: revisión capítulo 1 y retroalimentación (40 min) -Cierre de clase (5 min)	- PPT de Contenidos - Guía de Portafolio	Formativa

Clase N°3

Objetivos de Aprendizajes	Actividades	Recursos	Evaluación
OA 4 OA 5	-Saludos e introducción a actividad (5 min) -Exposición correspondiente a contenidos y actividades de la unidad N°4 (40 min) -Portafolio: revisión capítulo 2 y retroalimentación (40 min) -Cierre de clase (5 min)	- PPT de Contenidos - Guía de Portafolio	Formativa

Clase N°4

Objetivos de Aprendizajes	Actividades	Recursos	Evaluación
OA 4 OA 5 OA 6	-Saludos e introducción a actividad (5 min) -Exposición correspondiente a contenidos y actividades de la unidad N°4 (40 min) -Portafolio: revisión capítulo 3 y retroalimentación (40 min) -Cierre de clase (5 min)	- PPT de Contenidos - Guía de Portafolio	Formativa

Clase N°5

Objetivos de Aprendizajes	Actividades	Recursos	Evaluación
OA 4 OA 5 OA 6	Saludos e introducción a actividad (5 min) -Portafolio: conversación y análisis de resultados de investigación de portafolio y (65) -Entrega de portafolio (15 min) -Cierre de clase (5 min)	- PPT de Contenidos - Gua de Portafolio	Formativa Sumativa

PORTAFOLIO

Plataformas Digitales como
Medios de Difusión del Arte Visual

Guía de Construcción del Portafolio

Estudiante:

Curso 7°:

ACTIVIDADES

Capítulo 1: Tipos de Red y Características

Actividad N°1:

Revisar en la Web los cuatro (4) tipos de las plataformas digitales, seleccionar una (1) plataforma de cada tipo y consignarla (marcar con una X) en la matriz que se muestra a continuación:

Plataformas Digitales de Museos (Marcar con una X la Plataforma Seleccionada)	
MAC	
MNBA	
MAVI	
Centro Nacional de Arte Contemporáneo	
GAM	

Plataformas Digitales de Galerías (Marcar con una X la plataforma seleccionada)	
Galería Patricia Ready	
La Sala	
Trece	
Bucci	
Aninat Galería de Arte	

Plataformas Digitales de Redes Sociales (Marcar con una X la Plataforma Seleccionada)	
Instagram	
Twitter	
Facebook	
Pinterest	
Reddit	

Plataformas Digitales Dedicadas a la Difusión de Arte (Marcar con una X la Plataforma Seleccionada)	
DeviantART	
Behance Network	
Google Arts & Culture	
Flickr	

Actividad N°2:

Cada plataforma seleccionada debe ser presentada en un ítem que consigne:

- a) Nombre de la Plataforma (Página Web)
- b) Título e imágenes de la Plataforma (pantallazos de página)
- c) Reseña sobre la historia de la plataforma
- d) Descripción de la página principal, nombrando los enlaces presentes y organización
- e) Características de corte estético y características y funciones que consideren destacables
- f) Valoración Personal de la Plataforma
- g) Valoración personal del Trabajo Realizado

Capítulo 2: Artistas Investigados

Actividad N°1:

Indagar respecto a la obra de los artistas encontrados en cada una de las plataformas investigadas y seleccionar un artista por cada plataforma.

Actividad N°2:

Cada artista debe ser presentado en un ítem que consigne:

- a) Nombre del Artista (como título)
- b) Reseña de artista hecha con información accesible al público en sus perfiles, nombrando las plataformas en las que tiene presencia, formación (si es accesible) y las técnicas que utiliza
- c) Valoración Personal del Trabajo Realizado

Actividad N°3:

Mostrar tres (3) obras de cada artista estudiado e indagar en cada una de ellas consignado:

- a) Reconociendo de su técnica
- b) Realizando análisis de ellas respecto a sus aspectos estéticos, temáticos, y significativos

Capítulo 3: Tendencias del Arte en las Plataformas Digitales

Actividad N°1:

Redactar un texto (2 páginas como mínimo) en el cual realice un análisis de las tendencias presentes en las plataformas de instituciones artísticas y las plataformas digitales abiertas, explorando sus temáticas, materialidades e influencias que estas presentan (ejemplo: arte clásico, vanguardias, contemporáneo, literatura. cultura pop, etc.).

Actividad N°2:

Establecer relaciones, paralelismos o diferencias entre las tendencias artísticas observadas en redes de instituciones artísticas y las encontradas en las plataformas abiertas de la web.

Capítulo 4: Reflexiones Generales

Actividad N°1:

Redactar un texto respecto a sus percepciones de la difusión de arte por medio de la web y de las temáticas y estilos que se observa en el arte en los espacios digitales, reflexionando sobre sus experiencias previas en lo que respecta a las interacciones con el arte en internet (en posición de observador puramente o artista que publica) y resaltar ideas o nociones extraídas de su proceso de investigación.

4.8 Conclusiones Generales de la Investigación

El análisis de la información obtenida en este estudio permite extraer diversas aseveraciones en relación con el fenómeno de la difusión del arte visual emergente en las plataformas digitales, como el esquema de la esfera artística chilena en la web, los hábitos que los artistas visuales emergentes adoptan en su proceso de difusión y sus apreciaciones al respecto.

1. Como primera conclusión se puede afirmar que las preguntas de investigación planteadas fueron respondidas a cabalidad.
2. Con respecto a la primera pregunta ¿Cuáles son las plataformas digitales disponibles que utilizan los artistas emergentes en Artes Visuales, para difundir su trabajo y favorecer su desarrollo artístico?, según la data obtenida y el análisis de esta, se puede asegurar que los artistas emergentes de Chile disponen de una variedad de plataformas propicias para la difusión de su obra, ordenando estos espacios digitales en relación a la accesibilidad que otorgan, en primer lugar encontramos a las plataformas correspondientes a las redes sociales (Instagram, Twitter Facebook, Pinterest, Reddit), en segundo lugar las páginas dedicadas a la difusión de arte (DeviantART, Behance Network, Google Arts & Culture, Flickr, Coroflot), tanto las plataformas de redes sociales como las dedicadas a la difusión artística son plataformas de libre ingreso para cualquier individuo que sea usuario de internet y su principal diferencia es que las segundas tienen un público más focalizado en relación a las redes sociales que apelan a audiencias masivas, en tercer lugar ubicamos a las páginas web de museos abiertas a artistas emergentes, específicamente la del Museo de Arte Contemporáneo (MAC) que ofrece medios para recepción de proyectos y la del Museo de Artes Visuales (MAVI) que presenta anualmente el “Premio MAVI Arte Joven”, un concurso abierto a artistas emergentes, y en cuarto lugar ubicamos a las páginas de galerías de arte (Ready, La Sala, Trece, Bucci, Aninat) dentro de estas la Galería Bucci es la única que ofrece instancias de postulación explícitas a artistas emergentes y aunque todas declaran trabajar con artistas emergentes ninguna otra explícita los medios por los cuales los artistas emergentes pueden acceder a ellas.
3. Es relevante señalar que las plataformas de Google Arts & Culture y Coroflot fueron consideradas en el estudio dentro del eje de las páginas dedicadas a la difusión de arte, pero, el análisis de esta indicó que sus funciones no se prestan para la difusión del arte emergente. La primera consiste en un repositorio público que contiene imágenes e información de distintas obras expuestas en museos en todo el mundo y funciona como una herramienta educativa. Coroflot por otra parte es una plataforma profesional para conectar a diseñadores con posibles oportunidades laborales y a pesar de que hubo artistas que declararon ser usuarios de Google Arts & Culture, ambas plataformas son incompatibles para la difusión de obras de arte emergente a grandes audiencias.

4. El análisis documental de las plataformas digitales, correspondientes a instituciones de los circuitos da a mostrar que sus páginas comparten una estructura general que se encuentra presente tanto en páginas de museos como galerías, se puede deducir que su estructura esta ideada con el objetivo de resaltar visualmente el contenido que ofrecen ya sea relacionados a obras, colecciones y artistas expuestos como a actividades realizadas.
5. Abordando la segunda pregunta: ¿Qué plataformas digitales prefieren los artistas emergentes en Chile para difundir su trabajo y cuáles son sus hábitos de publicación y sus percepciones respecto al aporte de estas páginas para su desarrollo artístico profesional?, la información que permitió dar respuesta a esta pregunta, fue obtenida mediante la aplicación del instrumento de investigación (encuesta), aplicado al muestreo que correspondió a artistas emergentes usuarios de plataformas digitales. Los datos obtenidos indican:
 - a) La totalidad de los artistas participantes de la encuesta recurren al uso de múltiples plataformas simultáneamente, siendo Instagram la plataforma más predominante entre las redes sociales, acaparando una considerable mayoría de las preferencias declaradas en la muestra. Un 96.4 % de los participantes de la encuesta dijeron hacer uso de esta plataforma, declarándola su plataforma de preferencia, un 88% de los participantes afirma publicar con mayor frecuencia en Instagram, la red social Facebook se sitúa en segundo lugar de uso con un 75% de uso y un 11.1 % en la frecuencia de uso. Los resultados obtenidos en lo que respecta al uso de las redes sociales como medio de difusión del arte visual emergente, no deja duda respecto al predominio que Instagram tiene en esta categoría. Twitter, Pinterest y Reddit también fueron considerados dentro de esta categoría de investigación, pero en cuanto a su universo de usuarios declarado y a su lugar en las preferencias observadas en las encuestas se quedan muy atrás respecto de las otras plataformas. En cuanto a su uso, el porcentaje de la muestra que firma utilizarlos corresponde al 21.4% para Twitter, el 14.3% para Pinterest y 0.0% para Reddit y ningún artista encuestado declara una preferencia por estas páginas.
 - b) Al enfocarnos en las plataformas dedicadas a la difusión de arte visual podemos observar que estas plataformas apelan a universos de usuarios mar reducidos y esto se condice con los resultados de la encuesta en la cual un 57.1% de los artistas de la muestra declararon usar este tipo de plataformas, de estas respuestas DeviantART concentra el 81.3%, Google Arts & Culture y Behance Network se encuentran ambas en un 12.5% al igual que Flickr a pesar de ser la plataforma con el mayor universo de usuarios registrados (87 millones según publicaciones nombradas previamente). Se puede extrapolar de los datos recabados mediante el estudio que las plataformas dedicadas a la difusión artística, que este tipo de plataformas quedan en segundo plano en relación con

las redes sociales, ya que estas alcanzan a una mayor audiencia y abarcan las mismas funciones.

- c) Dentro de los aspectos referentes a los hábitos y preferencias expresados por los artistas visuales emergentes consultados en la encuesta. Ya se mencionó la basta preferencia acaparada por Instagram y entre las razones que justifican dicha preferencia se destacan su potencial de difusión de arte y el formato de galería o portafolio en el cual sus perfiles se construyen, y en segundo lugar Facebook siendo la función de Grupos el aspecto más destacado por los artistas de la muestra.
- d) Respecto a los tipos de contenidos artísticos publicados, se concluye que los artistas publican trabajos en múltiples técnicas a la vez, siendo la ilustración y la ilustración digital las más prevalentes con un 67.9% y un 64.3% respectivamente. En tercera posición, se ubica la pintura, con un 50% y luego en porcentajes decrecientes, la fotografía (35.7%), video (25%), escultura (14.3%) y grabado (7.1%..).
- e) Respecto a la regularidad de su publicación, el 67.8% de los artistas de la muestra expresa seguir un itinerario de publicación, los cuales varían entre distribuciones semanales y mensuales. El 32.2% asegura no publicar entorno a un itinerario definido. Estas respuestas de por sí, son una apropiada información sobre los hábitos de los artistas visuales emergentes que comparten su arte en las redes, pero estas adquieren una mayor relevancia al ponerlas en paralelo con las respuestas respecto a las ventas de arte mediante plataformas digitales, en la cual un 67.8% afirma haber vendido sus trabajos en la web, mientras que un 32.1% asegura no haber vendido sus obras. Esta información nos indica que las ventas de obras de arte por medio de plataformas digitales coinciden con la presencia de un itinerario de publicación diferenciados por un margen del 0.1%. Esto evidencia la correlación entre los hábitos de publicación y la venta de producción artista posibilitando la consolidación de su desarrollo profesional
- f) Un aspecto que distinguir, se relaciona con las percepciones de los artistas respecto a la venta de sus obras y como esta se sitúan frente los datos estadísticos de ventas en internet. Al ser consultados usuarios de redes sociales respecto a sus hábitos de compra (CASSEN,2019), ninguno de los consultados hace referencia a la compra de arte por este medio. De esto se puede extrapolar que los artistas emergentes venden sus obras en mercados reducidos, que no fueron parte del muestreo de CASSEN,2019, o que los usuarios aun comprando objetos de arte, no los conceptualizan en esta categoría.
- g) Respecto a la pregunta final, que recaba las apreciaciones de los artistas de la muestra, la totalidad de los artistas manifiesta que, bajo su consideración, las plataformas virtuales han contribuido positivamente en el proceso de dar a

conocer su arte a nuevas audiencias, por la facilidad de conexión que estas redes representan. Por otra parte, un aspecto destacado por los artistas de la muestra y que conforma un contrapunto con los medios tradicionales, es la emancipación traída por las plataformas digitales con respecto a la dependencia de espacios físicos de exhibición y de recursos logísticos y económicos que se encuentran fuera de su alcance.

6. La investigación concluye que el supuesto planteado “Los medios digitales disponibles en Chile, entre los que se destacan las redes sociales, particularmente Instagram, permiten por sí el desarrollo de los artistas emergentes y la construcción de sus carreras, sin necesidad de entrar en los circuitos tradicionales de arte ni interactuar con las instituciones que lo componen” es confirmado con ciertas consideraciones. Las plataformas digitales, enfatizando las redes sociales e Instagram en particular, conforman un excelente vehículo de difusión para los artistas emergentes, permitiéndoles alcanzar amplias audiencias e incluso posibilidades de éxito comercial, sin embargo, las instituciones de los circuitos artísticos junto con sus espacios virtuales, aún son una instancia prevalente en la consolidación de una carrera artística profesional en lo referente al posicionamiento dentro de los círculos artísticos.
7. Los resultados de la investigación pueden constituir fuentes de conocimientos y oportunidades para la transferencia de estos a estrategias pedagógicas innovadoras que brinden oportunidades de aprendizajes a los(as) estudiantes, así como se muestra en el punto 4.7 del presente trabajo.

CAPÍTULO V
PROYECCIONES

5.1 Proyecciones de la Investigación

Las proyecciones de los aportes surgidos de esta investigación se enmarcan en dos ejes, el primero corresponde a las posibilidades del uso de la información recaudada y el segundo eje que corresponde a las potenciales aplicaciones de los instrumentos.

Respecto al primer eje, la información recabada en este estudio además de ilustrar el fenómeno estudiado puede formar una base de conocimientos orientadores para guiar el proceso de difusión de los artistas visuales emergentes, mediante el uso de data extraída del análisis de plataformas y de las apreciaciones de otros artistas. Destacando los espacios en los cuales resulta fructífero enfatizar la publicación de obras y resaltando los espacios web de instituciones abiertos a la publicación del arte visual emergente.

Por otra parte, la información recabada, nos genera una imagen de lo que según nos indican los datos, es una vasta escena artística en la web, la cual aún se sitúa como un territorio de investigación inexplorado, cuyo entendimiento podemos asumir, tomara mayor peso en relación con el continuo avance de la tecnología y en la medida en que más aspectos de la vida cotidiana y la cultura se insertan en los espacios digitales. En el contexto pedagógico, existe un evidente potencial en la indagación más profunda respecto al alcance de esta esfera artística en la web, y la integración de esta temática a la formación docente; ya que podemos asegurar con relativa certeza, que los estudiantes a los cuales se dirigen los esfuerzos educativos en el área artística, forman parte del universo de usuarios de las plataformas analizadas en este estudio entre otras. Otro aspecto de estudio que presenta un potencial pedagógico a explorar se refiere a las características culturales de la difusión del arte emergente en la web, estudiando sus tendencias, la influencia del contenido visual que circula en estos espacios y como las plataformas digitales pueden conformar una herramienta para el desarrollo de la práctica artística, tanto como de la vinculación y apreciación de las artes visuales.

Junto con las posibilidades de uso de la información antes nombradas, sería apropiado considerar que los datos recabados podrían formar un genuino aporte de ser presentados a las instituciones dedicadas a la difusión del arte y la cultura en la escena nacional. Aquellas abiertas a la colaboración con artistas emergentes, podrían aplicar esta información para incrementar la accesibilidad a las instancias de selección que ya tienen abiertas al público. Por otra parte, datos correspondientes a las tendencias de publicación de los artistas emergentes en las plataformas digitales, pueden ser aplicadas al fortalecimiento de la presencia de estas instituciones en redes sociales y otros tipos de plataformas para dar a conocer las exposiciones y actividades realizadas a mayores audiencias y facilitar su labor como instituciones difusoras del arte y la cultura.

En relación al segundo eje, debido a que el instrumento de recaudación de datos utilizado cumple con el criterio de rigor de transferencia o aplicabilidad, este posibilita la aplicación

del mismo en contextos ajenos a la esfera artística chilena, siendo este una óptima herramienta para incrementar el conocimiento sobre la difusión del arte emergente en las plataformas digitales, a su vez siendo un instrumento que cumple con el criterio de conformabilidad permite que otros investigadores puedan seguir la ruta de esta misma investigación.

5.2 Bibliografía

- Abbing, H. (2008). *Why Are Artists Poor?* Amsterdam: Amsterdam University Press. Holanda
- Abela, Andréu, J. (2000). *Las Técnicas de Análisis de Contenido: Una Revisión Actualizada*. Universidad de Granada. España
- Brea, J. (2008). *El Tercer Umbral: Estatuto de las Prácticas Artísticas en la Era del Capitalismo Cultural*. Murcia. España
- Consejo Nacional de la Cultura y la Artes (2017). *Política Nacional de Cultura 2017 – 2022*. Santiago. Chile
- Flick, U. (2014). *An Introduction To Qualitative Research*. 5th ed. USA
- Fontdevila, O. (2016). *Arte emergente: del éxodo a la insurgencia*. Article, N° 2. Ed. Sant Anreu Contemporani y el Ayuntamiento de Barcelona. España
- Freeman, Linton (2006). *The Development of Social Network Analysis*. Vancouver: Empirical Press, Canada
- Gallego Martínez, M. (2019). *El Sistema del Arte Glocal Trayectoria Artística y Mecanismos de Legitimación en Andalucía (España) y el Estado de São Paulo (Brasil)*. Universidad de Granada. España
- Guerrero Román, López Martínez y Rubio Lapaz (1999). *Historia del Arte*. Bachillerato edebé. España
- Gurdíán-Fernández, Alicia (2007). *El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio-Educativa*. Edit. Colección: Investigación y Desarrollo Educativo Regional (IDER). San José, Costa Rica
- Hernández Sampieri, Roberto (2014). *Metodología de la Investigación (6° e.)*. Edit. McGraw-Hill. México D.F.
- Ministerio de la Cultura Las Artes y el Patrimonio.,2019. *Situación de los Museos en Chile Diagnostico 2019*. Santiago. Chile.
- Pérez Lag, M. (2017). *Arte, Identidad, Comunicación y Redes Sociales: Como Nos Comportamos En La Red*. Universidad de Murcia. España
- Subsecretaría de Telecomunicaciones (2017). *Libro: Chile Ecosistema Digital 2017/2030*. Santiago. Chile
- Vargas, D. and Otero, J. (2013). *Arte Abierto. Estudios Sobre Arte Actual, (1)*. España
- Zhurykova, M. (2019). *Difusión de la Obra de Producción Artística Propia en Plataformas Virtuales*. Universitat Politècnica de Valencia. España

5.2.1 Bibliografía Digital

- Almeda, Ramón (1998). Hacia el Concepto de Creador Emergente. Recuperado de:
<http://www.uam.mx/difusion/revista/julio-agosto98/crea.html>
- Boyd, Joshua (2018). ¿Qué es Reddit? Extraído de:
<https://www.brandwatch.com/es/blog/que-es-reddit/>
- Collazos, J. (2019). Definicion de Behance. Extraído de:
<http://pixel-creativo.blogspot.com/2015/01/que-es-behance.html>
- Corofolt: <https://www.coroflot.com/about>
- Deviantart: Ecu Red. <https://www.ecured.cu/DeviantART>
- Escudero, Fernando (2019). Extraído de:
Qué es Flickr: <https://www.aboutespanol.com/que-es-flickr-2878801>
- Giraldo, Valentina (2019). Plataformas Digitales: ¿qué son y qué tipos existen?, extraído de:
<https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Jiménez, Marimar (2206). El fenómeno Twitter engancha a las compañías. Cincodías). Extraído de:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2009/02/06/empresas/1233931206_850215.html
- MacLuhan, Marshall. (2017). Extraído de:
https://elpais.com/cultura/2017/07/21/actualidad/1500619102_672795.html
- Mason, R. (2014). El Artista Como Concursante – (Esferapública). (online) Esferapublica.org. Available at:
<<https://esferapublica.org/nfblog/el-artista-como-concursante/>> (Accessed 6 July 2020).
- López, I. (2018). "Tenemos que Olvidarnos de que el Arte se Haga por Amor al Arte". El País, (online) Available at:
<https://elpais.com/elpais/2018/11/06/icon_design/1541505601_857969.html>
[Accessed 15 July 2020].
- Pérez Porto, Julián y Gardey, Ana (2020). Definición de Política Pública. Recuperado de:
<https://definicion.de/politica-publica/>
- Pérez Porto, Julián y Gardey, Ana (2010) (Publicado: 2010. Actualizado: 2013). Definición de Facebook. Extraído de:
<https://definicion.de/facebook/>
- Pérez Porto, Julián (2019). Definición de Pinterest. Extraído de:
(<https://definicion.de/pinterest/>)
- Osborn, Duncan (2016). The new Google Arts & Culture, on exhibit now. Extraído de:
<https://blog.google/topics/arts-culture/the-new-google-arts-culture-on-exhibit/>
- Pinilla, Verónica y Vásquez, Álvaro (2020). Una Política Digital para Chile. Recuperado de:
<https://www.latercera.com/opinion/n0ticia/una-politica-para-chile/7R4TBF2M3VCJMY5UEOVBJ35WE>

- Rodríguez, Juan Carlos (2019). ¿Qué son las Plataformas Digitales y para qué Sirven?,
Extraído de:
<https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven>
- VIA X (2016). Cómo Ingresa un Artista al Mercado del Arte. (video) Available at:
<<https://www.youtube.com/watch?v=BelXLj-7EQg>> (Accessed 4 July 2020).