

Estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia



RMC
Reunión de
Ministros de
Cultura



MERCOSUR CULTURAL

ARGENTINA

Ministerio de Cultura de la Nación

Unidad de Gabinete de Asesores

Dirección de Planificación y Seguimiento de Gestión

Sistema de Información Cultural de la Nación

BRASIL

Ministerio de Turismo

Secretaría Especial de Cultura

CHILE

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Subsecretaría de las Culturas y las Artes

Estadísticas Culturales y Artísticas Departamento de Estudios

COLOMBIA

Ministerio de Cultura

Línea de información, Cuenta Satélite y Economía Naranja

ECUADOR

Ministerio de Cultura y Patrimonio

Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura

PARAGUAY

Secretaría Nacional de Cultura

PERÚ

Ministerio de Cultura

Oficina de Estadística

Dirección General de Industrias Culturales y Artes

URUGUAY

Ministerio de Educación y Cultura - Dirección Nacional de Cultura

Sistema de Información Cultural

País invitado

COSTA RICA

Ministerio de Cultura y Juventud

Unidad de Cultura y Economía

INTRODUCCIÓN

En el marco de la Presidencia Pro Tempore de Argentina en el MERCOSUR CULTURAL, el Sistema de Información Cultural del Mercosur (SICSUR), atravesado por el contexto de la pandemia por COVID-19, estuvo de acuerdo en comenzar a indagar acerca de la oferta cultural digital pública que a nivel nacional llevaron adelante los organismos e instituciones públicas culturales de los países de la región y de las estrategias de medición utilizadas para los consumos culturales virtuales.

El inicio de la pandemia por COVID-19 ocasionó la suspensión de las actividades culturales presenciales como medida para evitar la propagación del virus: teatros, centros culturales, museos, bibliotecas, auditorios, cines, entre otras infraestructuras culturales, se vieron obligadas a cerrar sus puertas.

Desde las instituciones y organismos públicos, con el fin de poner la cultura al alcance de la ciudadanía, se inició un trabajo de adecuación de la oferta cultural pública a un formato digital adaptado a los tiempos de pandemia. Si bien este tipo de oferta cultural existía antes de la pandemia, durante 2020 se amplió y diversificó.

Las estadísticas culturales se enfrentan hoy a nuevos desafíos derivados de la información de las plataformas a través de las cuales se transmite la oferta cultural digital y de las métricas asociadas: cantidad de visualizaciones, suscriptores, usuarios únicos, etc.

Los datos de tráfico que dan cuenta del volumen de ingresos a las plataformas y a los contenidos permiten complementar la información de caracterización de públicos. De esta manera, las estadísticas tradicionales asociadas a la oferta cultural conviven con las de visualización, usuarios únicos, cantidad y duración de contenidos web, etc.

En este contexto, el SICSUR (Sistema de Información Cultural del Mercosur Cultural), que recopila, sistematiza y presenta información cultural, toma la iniciativa de realizar un estudio exploratorio con el objetivo de analizar las estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital llevada a cabo por los organismos e instituciones culturales públicas de la región en tiempos de pandemia. Para esto, se plantea indagar acerca del tipo de oferta cultural digital de los organismos e instituciones culturales públicas de la región, conocer las estrategias de oferta de contenidos culturales digitales durante la pandemia y profundizar acerca de los instrumentos y métricas utilizadas para conocer a las audiencias de contenidos digitales y medir el consumo cultural digital durante la pandemia.

El estudio tomó en cuenta los casos de oferta cultural digital nacional de cada país, teniendo en cuenta si preexistía a la pandemia, si surgió con la pandemia, qué impacto tuvo en el consumo, qué métricas se utilizaron para medir el consumo y la producción de

informes de caracterización de audiencia. Como caso transversal, se analiza la plataforma de oferta de cine Latinoamericano **Retina Latina**¹ porque involucra a varios países integrantes del SICSUR.

Cabe destacar que este estudio motivó la realización de relevamientos similares al interior de cada país, como ocurrió con Ecuador, que desde la Dirección de Información del Sistema de Nacional de Cultura (DISNC) del Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCyP)².

1. Retina Latina es una plataforma digital para ver cine latinoamericano, de carácter público y acceso gratuito para los ciudadanos de América Latina y el Caribe. En su implementación contó con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo-BID y actualmente cuenta con el apoyo del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de la UNESCO. El proyecto es desarrollado por seis entidades cinematográficas de la región: Agencia del Desarrollo del Cine y Audiovisuales Bolivianos (Adecine) - BOLIVIA; Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación IFCI - ECUADOR; Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura del Perú -PERÚ; Instituto Mexicano de Cinematografía de México- IMCINE - MÉXICO; ICAU- Dirección del Cine y Audiovisual Nacional del Uruguay -URUGUAY; Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos, a cargo de la coordinación y secretaría técnica - COLOMBIA <https://www.retinalatina.org/>

2. Boletín: Principales resultados del relevamiento de estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia-junio 2021. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/Boleti%CC%81n-Relevamiento-de-estrategias.pdf>

METODOLOGÍA

En el marco de un relevamiento exploratorio propuesto desde la Presidencia Pro Tempore de Argentina en el MERCOSUR CULTURAL para conocer las estrategias de medición del consumo de la oferta digital cultural llevada a cabo por los organismos e instituciones públicas, se diseñó un formulario de relevamiento regional.

Para llevar adelante este proyecto se creó un grupo de trabajo del que participaron referentes de los sistemas de información de cada país. Se llevaron a cabo dos reuniones específicas: una primera para presentar el

formulario y otra para compartir los resultados de su aplicación. Luego, en una reunión de cierre de la comisión SICSUR de la PPTA, se acordaron las pautas para la generación de la noticia.

El relevamiento tuvo en cuenta un grupo de casos de la oferta cultural digital institucional y se procuró contemplar tanto los casos novedosos y creados durante la pandemia, como casos ya consolidados y preexistentes, su repercusión a nivel nacional y la utilización de instrumentos y métricas para conocer las audiencias y medir el consumo cultural digital durante la pandemia.

ESTRATEGIAS DE MEDICIÓN DEL CONSUMO DE LA OFERTA CULTURAL DIGITAL PÚBLICA EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Tipo de oferta cultural digital pública

Uno de los objetivos específicos del relevamiento fue indagar acerca del tipo de oferta cultural digital pública según los organismos o instituciones culturales y los sectores o disciplinas relacionados con los contenidos ofrecidos.

Cuadro 1. Tipo de Oferta cultural digital pública del Sistema de Información Cultural del Mercosur (SICSUR). Año 2021

País	Proyecto	Tipo de institución a cargo del proyecto	Sector o disciplina con la que se identifica el proyecto
Argentina	Cervantes Online	Teatro	Teatro
	CineAR	Área u organismo cultural público	Audiovisual
	Centro Cultural Kirchner	Centro Cultural	Música; Artes Performáticas; Artes Visuales; Cine; Formación; Infancias; Literatura y Poesía; Pensamiento; Archivos; Proyectos Especiales
Brasil	Núcleos de Produção Digital	Otra: Secretaria Especial da Cultura do Ministério do Turismo; Instituições Federais de Ensino Superior; Órgãos gestores da cultura de Estados e Municípios	Audiovisual
	Webinário "Rodas de Conversa com os vencedores do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade 2020"	Área u organismo cultural público	Patrimonio
	Lives da BN	Biblioteca	Investigación académica/crítica cultural

País	Proyecto	Tipo de institución a cargo del proyecto	Sector o disciplina con la que se identifica el proyecto
	OndaMedia	Área u organismo cultural público	Audiovisual
Chile	Elige Cultura	Área u organismo cultural público	Otro: la plataforma incluye contenido de varios sectores o disciplinas de la lista (todos a excepción de Editorial, Formación cultural y artística, Investigación y videojuegos.
	Biblioteca Pública Digital	Biblioteca	Otro: Fomento lector y acceso a la lectura. Biblioteca pública.
Colombia	Colón Digital	Teatro	Teatro
	#MuseosEnCasa; #TuCasaEsColombia	Museo	Formación y educación cultural y/o artística
	Estrategia digital de cultura y primera infancia - EDCPI	Área u organismo cultural público	Otro: primera infancia
Costa Rica	Preámbulo en Línea	Otra: Ministerio de Cultura y Juventud	Audiovisual
	Temporadas y conciertos virtuales de las Siete Bandas de Concierto de la Dirección de Bandas	Área u organismo cultural público	Música
	Festival Nacional de las Artes	Área u organismo cultural público	Otro: involucra las artes visuales
Ecuador	Festival de Música Nacional Ecuatoriana "Cantares del Alma"	Área u organismo cultural público	Música
	Festival Internacional Artes Vivas de Loja 2020	Área u organismo cultural público	Teatro
	Desde la Reserva	Museo	Patrimonio; artes visuales
Perú	Nacional digital	Otra: emisora de radio	Audiovisual
	TVPerú Digital	Área u organismo cultural público	Audiovisual; artes visuales
	GTN En Vivo	Teatro	Música
Uruguay	Cultura en Casa	Área u organismo cultural público	Otro: contenidos de múltiples disciplinas
	#EAC Virtual	Museo	Artes visuales
	SODRE	Área u organismo cultural público	Música; danza; canto
Regional	Retina Latina. Plataforma VoD de cine Latinoamericano	Área u organismo cultural público	Audiovisual

Fuente: Relevamiento de estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia

Los resultados muestran que la mayor parte de la oferta se generó principalmente en los ministerios de cultura, en áreas de los propios ministerios y en otros organismos (institutos de cine, casas de cultura, auditorios, radios), pero también en teatros, museos, bibliotecas y centros culturales.

Además, el contenido de la oferta cultural digital relevada se identificó principalmente con los sectores audiovisual y música, y otras disciplinas más ligadas a contenidos multidisciplinares, a la lectura y a la primera infancia. Los contenidos también estuvieron vinculados con los sectores teatro (teatros públicos), patrimonio y artes visuales; y, en menor medida, con el área de formación y educación artística e investigación académica.

Estrategia de oferta y difusión de contenidos digitales

Conocer las estrategias llevadas a cabo por los organismos e instituciones culturales para ofrecer y difundir los contenidos culturales digitales fue otro de los objetivos del estudio. Al respecto, se indagó acerca de la forma de transmisión de los contenidos ofrecidos³ y del relevamiento resultó que las plataformas más utilizadas para la transmisión fueron YouTube, Facebook, Instagram, Zoom, Moodle y plataformas propias.

La mayor parte de los contenidos culturales digitales relevados comenzaron a transmitirse en 2020 en contexto de pandemia y, de estos contenidos, los vinculados al teatro fueron transmitidos por primera vez de manera digital, no así los vinculados a los sectores música y patrimonio. Una proporción menor de estos contenidos ya se transmitía antes de la pandemia y, de estos, casi la mitad pertenece al sector audiovisual.

La mayor parte de los contenidos culturales digitales relevados fueron transmitidos mediante streaming en directo, la mayoría durante la pandemia en 2020, pero también se realizaron transmisiones en diferido. También se transmitieron por streaming grabaciones o registros de contenido presentados antes de la pandemia.

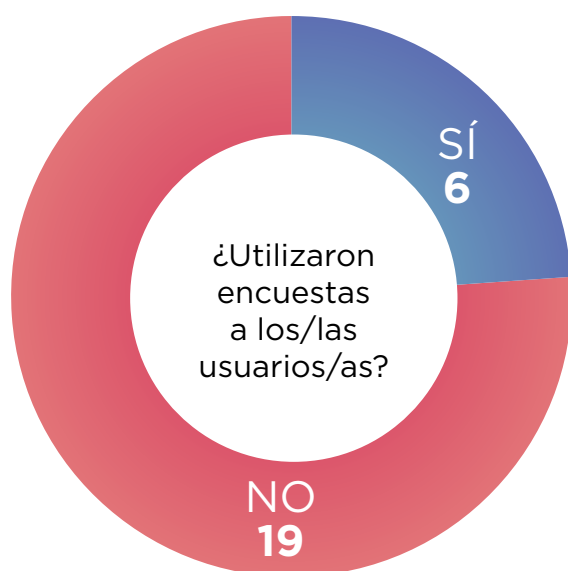
La mayor parte de los organismos e instituciones culturales relevados que ofrecieron contenidos culturales digitales planea continuar con este tipo de oferta una vez finalizada la pandemia.

3. Nota: La transmisión se diferencia del acceso. El acceso refiere al medio por el cual se accede a la plataforma. La plataforma de transmisión es aquella mediante la que se transmite el contenido.

Instrumentos y métricas utilizadas para conocer a las audiencias y medir el consumo digital durante la pandemia

La mayoría de las iniciativas relevadas utilizó instrumentos para caracterizar a las audiencias. Las métricas ofrecidas por las plataformas fueron el tipo de instrumento más utilizado para caracterizar las audiencias. Luego, la encuesta.

Gráfico 1. Utilización de encuestas para caracterizar a las audiencias digitales en la plataforma. En cantidades



Fuente: Relevamiento de estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia.

Gráfico 2. Utilización de métricas ofrecidas por la plataforma. En cantidades



Fuente: Relevamiento de estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia.

Entre las métricas más utilizadas para caracterizar a las audiencias culturales digitales se identificaron a las siguientes: visualizaciones, duración media de visualizaciones, información sociodemográfica, usuarios únicos, suscriptores, impresiones en vivo e intervenciones en redes.

Menos de la mitad de las iniciativas de oferta cultural digital relevadas realizó informes de evaluación de rendimiento de la plataforma. La mayoría de los que sí se realizaron fueron de uso interno y, en menor medida, de caracterización de audiencias⁴.

Con el objeto de incorporar las métricas de las plataformas de oferta cultural digital como nuevas fuentes de información para la generación de las estadísticas culturales, más de la mitad de las iniciativas de la región han realizado o planean realizar cruces de la información obtenida con otros datos producidos por el sistema de información cultural u otro organismo estadístico a nivel nacional.

Gráfico 3. Ranking de métricas utilizadas para caracterizar a las audiencias digitales en la plataforma.



Fuente: Relevamiento de estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia.

⁴ Dos iniciativas de oferta cultural digital, la del Gran Teatro Nacional de Perú (GTN) y el Teatro Nacional Cervantes (TNC) realizaron informes que incluyen la caracterización de las audiencias y la evaluación del rendimiento de la plataforma. El Informe del GTN denominado [GTN en vivo: Perfiles de públicos y visionado de experiencias escénicas](#) y el Informe del TNC denominado: Públicos de contenidos digitales 2020 del Teatro Nacional Cervantes.

CASOS

ARGENTINA

Cervantes Online

El comienzo del ASPO decretado por el Gobierno Nacional fue el inicio de un capítulo inédito en la historia del Teatro Nacional Cervantes. Con el teatro cerrado y sin el público en las salas, la dirección puso en marcha la apertura de una nueva plataforma de acceso a las obras teatrales. A solo tres días de decretado el aislamiento, el 21 de marzo nació el **Cervantes Online**

Así fue como se encararon desde el teatro nuevos proyectos, de acuerdo con las posibilidades que el ASPO permitía, teniendo siempre como eje una de las premisas fundantes del Ministerio de Cultura de la Nación que fue poner la cultura al alcance de todas y todos propiciando en tiempos de pandemia “una cultura de la solidaridad”⁵.

https://www.youtube.com/channel/UC4jy_ly_xzt9ga1Qp_TfUeQ

CineAr

Cine.ar es una plataforma de video a demanda gratuita para visualizar contenidos audiovisuales nacionales (películas, series, documentales y cortos) en diversos dispositivos. Durante la pandemia se incorporó una cantidad considerable de nuevos usuarios y crecieron la cantidad de horas vistas y las visualizaciones (que llegaron casi a duplicarse con respecto a 2019). Este incremento de público y visualizaciones estuvo ligado al traslado de los consumos presenciales al formato digital, como producto de las res-



tricciones dispuestas durante el ASPO, lo que generó una gran expansión de la plataforma vigente desde 2010⁶.

<http://www.cine.ar/>

Centro Cultural Kirchner

El Centro Cultural Kirchner es un espacio multidisciplinar, abierto e inclusivo con una propuesta artística y educativa, federal y plural al alcance de todos. Como institución cultural asume el rol de agente político y la condición de espacio público, y se presenta como campo de inflexión para que el arte, el archivo, la memoria, la imaginación y las corporalidades puedan desarrollar hipótesis, rumbos, estrategias comunes y discusiones para habitar el presente, con un programa que incluye: conciertos de orquestas sinfónicas, recitales, grandes exhibiciones de artes visuales, eventos de literatura, poesía, baile, teatro y performance, artes electrónicas y nuevas tecnologías, programación específica para infancias, talleres, festivales, proyecciones, homenajes, ferias, ciclos de video-clips, etcétera.

<https://cck.gob.ar/>

5. Teatro Nacional Cervantes. Memoria 2020. [TNC2020_Memoria_WEB.pdf \(teatrocervantes.gob.ar\)](https://www.teatrocervantes.gob.ar/TNC2020_Memoria_WEB.pdf)

6. [SlncA Coyuntura Cultural. Datos Sectoriales 2020](#)

BRASIL

Webinário “Rodas de Conversa com os vencedores do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade 2020”

O evento online foi transmitido pela página do Iphan no Youtube entre 22 de março e 25 de março de 2021. Em quatro dias de programação, o público conheceu mais sobre as doze ações reconhecidas como iniciativas de excelência nas categorias Patrimônio Material e Patrimônio Imaterial pelo Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade 2020”. Com a participação de três vencedores por dia, o evento foi organizado a partir de quatro eixos temáticos: “Mobilização Comunitária para a Preservação do Patrimônio”, “Elaboração, Preservação e Difusão de Saberes para a Preservação do Patrimônio”, “Ação Museal e Educação Patrimonial” e “Uso de Tecnologias na Preservação do Patrimônio”.

<https://www.youtube.com/watch?v=uSL-mqSIph4&list=PLPHBfbuYpe69GGaB8mGKQrvRkTRj4q4ql87&index=1&t=9s>

Núcleos de Produção Digital

A Rede de Núcleos de Produção Digital tem por missão apoiar a articulação regional, a formação, a produção independente, a inovação tecnológica e a regionalização do audiovisual. Cada Núcleo funciona como um centro de qualificação e de apoio à produção, e deve ser um multiplicador de conhecimento, promovendo a difusão de conteúdos e contribuindo para desenvolvimento da cadeia produtiva do audiovisual.

Os Núcleos de Produção Digital são espaços equipados para a produção audiovisual digital instalados em universidades federais, instituições federais de ensino superior e ór-



gãos públicos gestores de cultura. Sua atuação é sustentada nas vocações locais com vistas a promover a geração de conhecimento, a inserção de jovens e adultos no mercado de trabalho das cadeias produtivas do audiovisual e o acesso da população à produção e fruição de bens e serviços culturais.

Com a pandemia do Covid-19 e a interrupção das atividades acadêmicas presenciais, em 2021, a partir de parceria firmada com a Secretaria Especial da Cultura, alguns NPDs puderam oferecer cursos na modalidade de ensino à distância. Dentre eles, destaca-se o NPD IFBA, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, que ofertou 1.180 vagas em cursos livres e de formação inicial continuada, voltados para a produção audiovisual digital. Foram eles: editor de vídeo, desenhista de produtos gráficos web, marketing digital, videografismo para produção de vídeo, e produção audiovisual a partir de dispositivos móveis.

<https://youtu.be/p8xOTW4Govo>

Lives da BN

Série permanente de programas transmitidos pela Fundação Biblioteca Nacional do Brasil sobre acervo, personagens, pesquisas, ferramentas de pesquisa e ações que envolvem a Biblioteca Nacional.

<https://www.youtube.com/watch?v=NFW9vT9EQ4E&list=PLDZi5r7pzs9L9PyPcvbxYHSOrHnS-wRum>

CHILE

OndaMedia

Ondamedia es una plataforma audiovisual desarrollada por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile, con el objetivo de acercar el cine nacional a toda la ciudadanía.

Desde su lanzamiento en el año 2017, se ha convertido en un importante canal de acceso y difusión de obras audiovisuales nacionales. Actualmente reúne más de 1.800 producciones de distinto tipo, incluyendo películas de ficción, documentales, series, cortometrajes, charlas y entrevistas.

La plataforma cuenta con más de 150.000 personas registradas y desde 2020 ofrece una aplicación para dispositivos móviles (Android e iOS). Actualmente se trabaja en la creación de una aplicación nativa para televisores, que permitiría acceder a los contenidos directamente desde los smartTV a través del control remoto.

www.ondamedia.cl

Elige Cultura

Plataforma colaborativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile, que reúne en un solo lugar una completa cartelera con las actividades artísticas y culturales que se desarrollan en los espacios públicos y privados de todo el país.

www.eligecultura.gob.cl



Biblioteca Pública Digital

La Biblioteca Pública Digital es una iniciativa desarrollada por el Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas, perteneciente a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Dibam). Mediante una moderna plataforma web y una aplicación móvil para Android e iOS, permite a todos los ciudadanos chilenos (y extranjeros residentes) el acceso gratuito a más de 12.000 libros digitales y audiolibros en español e inglés, para público infantil, juvenil y adulto. El registro es automático y solo es necesario poseer un Registro Único Tributario (RUT) vigente para revisar el catálogo, pedir cualquier libro en préstamo y comenzar a leer en un computador, tablet o smartphone.

www.bpdigital.cl/

COLOMBIA

Colón Digital

A través de la estrategia COLÓN DIGITAL, el Teatro Colón del Ministerio de Cultura de Colombia mantuvo su programación artística durante todo 2020 con espectáculos gratuitos, accesibles y actividades de mediación y formación de públicos llegando a diversas regiones de Colombia e incursionando en la producción audiovisual de alto nivel. Asimismo, desde el Teatro Colón se estableció un radio teatro que se emite por internet y se dispusieron recorridos virtuales por las instalaciones del Teatro Colón a través de la **página web** con el objetivo de dar conocer en detalle esta obra arquitectónica de la capital colombiana.

<https://www.youtube.com/channel/UCrN1B4Yn9EtYNSwyksFE2kA>

**#MuseosEnCasa;
#TuCasaEsColombia**

Los museos en Colombia cerraron el 14 de marzo de 2020 debido a la emergencia sanitaria por COVID-19. Con el fin de asegurar los derechos culturales de los ciudadanos y permitir el acceso a los servicios culturales de los museos del Ministerio de Cultura, se puso en marcha la estrategia digital #MuseosEnCasa; #TuCasaEsColombia. En su inicio, la estrategia propuso la conversación con los ciudadanos a través de las redes sociales de los museos (lo cual implicó una curva de aprendizaje veloz para estas instituciones que, en su mayoría, no habían explorado la virtualidad) para explorar día a día una temática diferente:

Lunes: Lunes de efeméride



Martes: Salas de exposiciones y colecciones

Miércoles: Exposiciones itinerantes

Jueves: Producción de conocimiento científico

Viernes: Viernes verde

Sábado: Mi obra favorita o preciado recuerdo del Museo

Domingo: Museo en familia

En el comienzo se pensó como una estrategia de tres meses. Pero la prolongación del confinamiento y la lenta reapertura de los espacios públicos llevó a sostenerla como una estrategia continua en los museos, dando más libertad a la programación, contenidos y actividades, pero conservando los numerales #MuseosEnCasa y #TuCasaEsColombia. De esta manera, se han explorado nuevas audiencias y se ha ampliado el accionar de los museos.

Estrategia digital de cultura y primera infancia - EDCPI

La EDCPI comprende las plataformas Maguaré y MaguaRED, las cuentas en Facebook y Twitter, un canal en YouTube, los talleres y socializaciones presenciales y la circulación de materiales didácticos. El objetivo de la estrategia es alentar la participación de los niños y las niñas y sus cuidadores a partir de actividades relacionadas con la expresión en distintos lenguajes artísticos y fomentar que las audiencias compartan información, experiencias y herramientas disponibles.

<https://www.youtube.com/user/maguared>

COSTA RICA

Preámbulo en Línea

Preámbulo en Línea es un Programa del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica del Ministerio de Cultura y Juventud, nace como un espacio para que el público disfrute, desde su casa y de manera gratuita, obras audiovisuales de todo el mundo, contribuyendo a minimizar las cadenas de contagio por el COVID-19.

“Durante los momentos más críticos de la emergencia nacional por COVID-19, contenidos artísticos como el cine han sido fundamentales para acompañar el complejo proceso que la pandemia ha generado en cuestiones de ansiedad y crisis social. Proyectos como Preámbulo en Línea han sido un vehículo concreto para acompañar a la población durante el proceso de enfrentar la incertidumbre y el efecto que ha provocado la pandemia sobre la salud mental de las personas. Además, la experiencia de Preámbulo, que durante sus primeros cinco años de realización fue exclusivamente presencial, se extendió para el disfrute de muchos cinéfilos que no viven cerca de las salas de exhibición”, afirma Raciél del Toro Hernández, Director General del Centro de Cine del Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica.

<https://www.facebook.com/PREAMBULOOCR>

Temporadas y conciertos virtuales de las Siete Bandas de Concierto de la Dirección de Bandas

El COVID-19 retó a instituciones culturales del Ministerio de Cultura y Juventud a reinventar y adaptar la oferta cultural de sus programas a través de la virtualidad. La Direcci-



ón de Bandas de Costa Rica es la institución más antigua del país (175 años). Desde su creación y durante toda su trayectoria ha sido testigo de acontecimientos históricos. Por medio de sus redes sociales, la institución musical promueve la labor continua y virtual que realizan las siete Bandas Sinfónicas de Concierto con sus conciertos semanales.

<https://www.facebook.com/Bandas.mcj.cr>

Festival Nacional de las Artes

El Festival de las Artes es un programa del Ministerio de Cultura y Juventud, que tiene como objetivo: “Promover, difundir, fortalecer y promocionar la producción artística costarricense, como actividad generadora de desarrollo, a través de la organización de festivales nacionales e internacionales multidisciplinarios”.

Además, busca reunir a los mejores artistas nacionales e internacionales en un mismo evento para fortalecer y estimular el desarrollo artístico, promover el intercambio, la fraternidad y la cooperación entre artistas, países, organizaciones civiles, alcaldías, instituciones públicas y empresas privadas.

<https://www.facebook.com/festivaldelasartescr/>

ECUADOR

Festival Internacional Artes Vivas de Loja 2020

El Festival Internacional de Artes Vivas de Loja (FIAVL) se desarrolla en la ciudad de Loja desde 2016. En el año 2018 fue reconocido como plataforma de fomento de las artes vivas y manifestación de los derechos culturales a nivel nacional e internacional.

El Covid-19 ha revelado un nuevo contexto para el ejercicio de las prácticas artísticas y culturales, que han tenido que adaptarse para cumplir con su razón de ser y mantener las relaciones sociales, afirmando el sentido de pertenencia grupal. En este sentido, en 2020 el FIAVL se desarrolló en formato digital, con la finalidad de darle continuidad a una iniciativa tan valiosa y con tanta historia.

<https://festivaldeloja.com/>

Festival de Música Nacional Ecuatoriana “Cantares del Alma”

El Festival de Música Nacional Ecuatoriana “Cantares del Alma” es una iniciativa realizada por la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión del Núcleo de la Provincia de Sucumbíos, que convoca participantes de diferentes áreas de la provincia, con el objetivo de dar a conocer la música y la identidad del Ecuador.

A través de la modalidad online, y para deleite de los televidentes/escuchas, el festival fue transmitido por redes sociales, radio y TV. Los artistas de la localidad tuvieron la oportunidad de llegar a más personas y, por ende, pudo darse a la música ecuatoriana su merecido realce.



Las redes sociales, aplicaciones y demás implementos informáticos del mundo han demostrado ser una herramienta fundamental, que posibilita una llegada a públicos de todo el mundo.

La música nacional es característica de la provincia de Sucumbíos; por eso, que la Casa de la Cultura Ecuatoriana llevó allí iniciativas para difundir el arte, sin descuidar medidas de contingencia y seguridad preventivas.

https://www.facebook.com/watch/live/?v=339342747428765&ref=watch_permalink

Desde la Reserva

El proyecto “Desde la Reserva” nació en 2016 en el marco del Fondo de Arte del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC) con el objeto de desarrollar su colección y conservación. Esta iniciativa fue posteriormente ampliada con la inclusión del Fondo Arqueológico. Y en 2020, en formato digital, se ofrece al público, junto con todos los fondos culturales que, como todos los espacios de conocimiento, se custodian, investigan y difunden.

En el contexto de la pandemia, el Museo Nahim Isaías de la ciudad de Guayaquil, al ser una sede del MAAC, utilizó el espacio “Desde la reserva” para presentar, de manera virtual, obras y actividades.

<http://www.facebook.com/mnahimisaias>

PERÚ

GTN En Vivo

La plataforma digital del Gran Teatro Nacional (GTN) del Ministerio de Cultura del Perú ofrece el acceso a productos audiovisuales de las artes escénicas para todos los peruanos y peruanas con la finalidad de difundir los proyectos realizados en el GTN antes y durante la pandemia; a través de una programación variada y continua de proyectos de música, danza, canto y teatro.

Durante la pandemia por Covid-19, se programaron diversos espectáculos de los Elenos Nacionales: producciones propias, producciones privadas y actividades artísticas gratuitas, con el objeto de mantener una programación variada y democrática, pensada para todos los públicos, considerando y respetando los protocolos establecidos por la autoridades e instancias competentes.

<https://envivo.granteatronacional.pe>

Nacional digital

Página de Facebook oficial en la que se publican contenidos culturales, educativos, informativos, de entretenimiento y servicios con el objetivo de favorecer la integración e identidad nacional.

<https://www.facebook.com/radionacionaldelperu>

TVPerú Digital

Página de Facebook oficial de TVPerú, señal televisiva del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú.

<https://www.facebook.com/TVPeruOficial>



URUGUAY

Cultura en Casa

En contexto emergencia sanitaria, el 20 de marzo de 2020 el Ministerio de Educación y Cultura lanzó el sitio culturaencasa.uy que ofrece múltiples contenidos artísticos de acceso gratuito, producciones audiovisuales, literarias, musicales, teatrales y pictóricas, y contenidos de ciencia para niños, jóvenes y adultos.

“Cultura en casa” promueve el acceso y disfrute de propuestas culturales desde las casas a pesar del impedimento de visitar museos o bibliotecas o asistir a espectáculos.

Al proyecto aportaron contenidos numerosas instituciones culturales de la Dirección Nacional de Cultura, como los museos, el Instituto Nacional de Artes Escénicas, el de Artes Visuales, el del Cine y Audiovisual, el de música y Letras. También participó del Servicio Oficial de Difusión, Representaciones y Espectáculos (Sodre), Plan Ceibal, Canal 5 y la Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento (Agesic).

Los contenidos se organizan en secciones: infantil y juvenil, letras, artes visuales, música, artes escénicas, ciencia, cine y audiovisual.



#EAC Virtual

Surge del Espacio de Arte Contemporáneo (EAC) con el fin de seguir generando y transformando espacios de creación y difusión del arte contemporáneo en y desde Uruguay, que se adapten a las nuevas formas de comunicación. Ofrece contenidos interactivos diseñados para jugar, conocer y pensar, atravesando la barrera de las pantallas en cualquier lugar del mundo desde donde se acceda. Es así que desde el EAC se abraza la tecnología con el objeto de lograr un acercamiento a la comunidad de amantes del arte, que crece cada día. Es libre, gratuito y abierto a sugerencias.

<http://www.eac.gub.uy/virtual/eacvirtual.html>

SODRE

En el marco de la irrupción de la pandemia se comenzaron a digitalizar contenidos y así se ha fortalecido el canal institucional del SODRE, tanto en YouTube como en Instagram.

<https://www.youtube.com/user/auditoriosodre>

INICIATIVA REGIONAL

Retina Latina

Retina Latina es una plataforma digital de cine latinoamericano, de carácter público y acceso gratuito para los ciudadanos de América latina y el Caribe. Esta iniciativa se ha consolidado como un programa pionero en la región, y se fortaleció en la coyuntura actual. El proyecto está desarrollado por seis entidades cinematográficas de la región:

- Agencia del Desarrollo del Cine y Audiovisuales Bolivianos (Adecine) – BOLIVIA
- Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) – ECUADOR
- Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura del Perú -PERÚ
- Instituto Mexicano de Cinematografía de México (IMCINE) – MÉXICO
- ICAU-Dirección del Cine y Audiovisual Nacional del Uruguay -URUGUAY
- Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos, a cargo de la coordinación y secretaría técnica – COLOMBIA

<https://www.retinalatina.org/>

DESAFÍOS EN EL RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN

El relevamiento de las estrategias de medición de la oferta cultural digital constituye un desafío para los Sistemas de Información (SIC) de cada país y de la región (SIC-SUR). No solo en lo referido a la oferta cultural digital preexistente a la pandemia, sino también para la oferta cultural digital nueva, generada en la pandemia como forma de brindar una oferta cultural digital durante el aislamiento, que se perfila a futuro como un modelo híbrido presencial-virtual.

En este sentido, se hace necesario incorporar a las estadísticas culturales tradicionales la información proveniente de las métricas de las plataformas que transmiten contenidos digitales como una nueva fuente de información. Es imprescindible analizar su relevancia y establecer criterios para el levantamiento de este tipo de información para su futura comparabilidad y complemento de las mediciones habituales, además de fortalecer las capacidades técnicas de los sistemas de información que requieren del procesamiento de este tipo de datos.



ANEXO

Formulario de relevamiento

SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL DEL MERCOSUR-SICSUR

Estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital pública en tiempos de pandemia

Objetivo general

Analizar las estrategias de medición del consumo de la oferta cultural digital llevada a cabo por los organismos e instituciones culturales públicas en tiempos de pandemia.

Objetivos específicos

Indagar acerca del tipo de oferta cultural digital de los organismos e instituciones culturales públicas de la región para el consumo cultural en tiempos de pandemia.

Conocer las diferentes estrategias de oferta de contenidos culturales digitales para el consumo durante la pandemia.

Profundizar acerca de los instrumentos y métricas utilizadas para conocer a las audiencias y medir el consumo cultural digitales durante la pandemia.

IMPORTANTE: el siguiente formulario se refiere a transmisiones vía streaming. Por streaming se entiende una modalidad de transmisión directa de datos mediada por una plataforma on line y que no requiere de su descarga. Si bien durante la pandemia de COVID-19 el término pasó a utilizarse para denominar la transmisión en vivo y en directo de actividades y espectáculos que hasta entonces se realizaban de modo presencial, aquí se considera en su acepción original y, por lo tanto, se aplica independientemente de si los datos transmitidos corresponden a una transmisión en directo o de material almacenado en la plataforma previamente.

Datos generales del proyecto

País *

Proyecto *

NOTA: por proyecto se entiende a la iniciativa que dio lugar a una oferta cultural digital dentro los organismos e instituciones culturales públicas.

Link al proyecto *

Breve descripción del proyecto *

Nombre de la institución que implementó el proyecto *

Tipo de institución a cargo del proyecto *

- Teatro Museo Centro Cultural Biblioteca
 Área u organismo cultural público Otra

Especifique otro tipo de institución *

Bloque 1

Oferta cultural digital de organismos e instituciones culturales públicas

¿Con qué sector/disciplina se identifica el contenido del proyecto? (Indicar el principal) *

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="radio"/> Artes visuales | <input type="radio"/> Diseño | <input type="radio"/> Literatura/poesía |
| <input type="radio"/> Artes multimediales | <input type="radio"/> Editorial | <input type="radio"/> Música |
| <input type="radio"/> Artesanías | <input type="radio"/> Formación y educación cultural y/o artística | <input type="radio"/> Patrimonio |
| <input type="radio"/> Audiovisual | <input type="radio"/> Gestión cultural | <input type="radio"/> Teatro |
| <input type="radio"/> Circo/Teatro callejero | <input type="radio"/> Investigación académica/crítica cultural | <input type="radio"/> Videojuegos |
| <input type="radio"/> Cultura comunitaria | | <input type="radio"/> Otro |
| <input type="radio"/> Danzas | | |

Especifique otro tipo de contenido *

Además del sector o disciplina principal ya señalado. Los contenidos del proyecto pueden identificarse con alguno(s), otro(s)

Además del sector/disciplina principal con el que se identifica el contenido. En forma secundaria se identifica con el sector/disciplina de

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="radio"/> Artes visuales | <input type="radio"/> Diseño | <input type="radio"/> Literatura/poesía |
| <input type="radio"/> Artes multimediales | <input type="radio"/> Editorial | <input type="radio"/> Música |
| <input type="radio"/> Artesanías | <input type="radio"/> Formación y educación cultural y/o artística | <input type="radio"/> Patrimonio |
| <input type="radio"/> Audiovisual | <input type="radio"/> Gestión cultural | <input type="radio"/> Teatro |
| <input type="radio"/> Circo/Teatro callejero | <input type="radio"/> Investigación académica/crítica cultural | <input type="radio"/> Videojuegos |
| <input type="radio"/> Cultura comunitaria | | <input type="radio"/> Otro |
| <input type="radio"/> Danzas | | |

Especifique otro tipo de sector/disciplina secundaria con el que se identifica el contenido *

Bloque 2

Estrategias llevadas a cabo por los organismos e instituciones culturales públicas para ofrecer y difundir los contenidos digitales

Nota: La transmisión se diferencia del acceso. El acceso se refiere al medio por el cual se accede a la plataforma. La plataforma de transmisión es aquella mediante la que se transmite el contenido.

¿Los contenidos fueron transmitidos a través de Youtube? *

- Sí No

¿Los contenidos fueron transmitidos a través de la página web de la institución u organismo a cargo de los contenidos? *

- Sí No

¿Los contenidos fueron transmitidos a través de una Plataforma propia dedicada a compartir contenidos digitales? *

Sí No

¿Los contenidos fueron transmitidos a través de otro tipo de plataformas? *

Sí No

Especificar otro tipo de plataforma *

¿Desde cuándo se transmiten estos contenidos? *

Antes de 2020 Comenzaron a transmitirse en 2020
 Comenzaron a transmitirse en 2021

Se transmitieron mediante streaming contenidos en directo *

Sí No

¿Se transmitieron mediante streaming contenidos en diferido luego de ser transmitidos en directo (durante la pandemia)? *

Sí No

¿Se transmitieron mediante streaming grabaciones o registros de contenido presentado antes de la pandemia? *

Sí No

¿Se planea seguir con la oferta de contenidos vía streaming finalizada la pandemia? *

Sí No No está definido NS-NC

Bloque 3

Instrumentos y métricas utilizadas para conocer a las audiencias y medir el consumo cultural digitales durante la pandemia

¿Utilizaron algún instrumento para caracterizar a las audiencias en la plataforma? *

Sí No

Tipos de instrumentos de caracterización

¿Utilizaron encuestas a los/las usuarios/as? *

Sí No

¿Utilizaron métricas ofrecidas por la plataforma en la que se transmitió el contenido?*

Sí No

Métricas de caracterización

¿Se utilizaron métricas de visualización? *

Sí No

¿Se utilizaron métricas de suscriptores? *

Sí No

¿Se utilizaron métricas de duración media de las visualizaciones? *

Sí No

¿Se utilizaron métricas de usuarios únicos? *

Sí No

¿Se utilizaron métricas de información sociodemográfica? *

Sí No

¿Se utilizaron otras métricas? *

Sí No

Especifique otras métricas utilizadas *

Además de Métricas y/o encuestas, ¿utilizaron otros instrumentos de caracterización? *

Sí No NS-NC

Especifique otros instrumentos de caracterización utilizados *

¿Se realizó algún informe de evaluación del rendimiento de la plataforma? *

Sí No NS-NC

Agregue link a informe de rendimiento

Resuma los principales hallazgos (no obligatoria)

¿Se realizó algún informe de caracterización de las audiencias o consumos culturales digitales ofrecidos durante la pandemia?

Sí No NS-NC

Agregue link a informe de caracterización de audiencias

Resuma los principales hallazgos (no obligatoria)

¿Han realizado o planean realizar cruces de la información obtenida con otros datos producidos por el sistema de información cultural u otro organismo estadístico nacional?

Sí No NS-NC

Describa los principales hallazgos (No obligatorio)



RMC
Reunión de
Ministros de
Cultura

