



**MSGISTER DE GESTIÓN CULTURAL
MENCIÓN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA Y SOCIOCULTURA
CÁTEDRA DE SEMINARIO DE GRADO**

PROFESORA A CARGO:

PSTRICIA DIAZ

BITÁCORA

DESARROLLO PROYECTO CULTURAL

**“CANAL VIRTUAL PARA EL DESARROLLO DE LA AUTOGESTIÓN, LAS ARTES Y LA CREATIVIDAD,
DESDE UNA VISIÓN TRANSPERSONAL”**

POR:

PABLO CORTÉS GALLARDO

BARCELONA, ESPAÑA

25 DE JULIO DE 2011

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	4
II. COMUNIDADES DESTINATARIAS	4
III. METODOLOGÍA DE TRABAJO	5
IV. PROGRAMA DE ACTIVIDADES*	6
V. PLANIFICACIÓN (CARTA GANTT).....	7
VI. DESARROLLO DE BITÁCORA.....	8
VI.1. PRIMERA SEMANA DE ABRIL	8
VI.1.1. BRAINSTORMING	8
VI.1.2. FOCUS GROUP	11
VI.1.3. SÍNTESIS CREATIVA	12
VI.1.4. FEEDBACK	13
VI.1.5. DESARROLLO DE CONTENIDOS.....	13
VI.2. SEGUNDA SEMANA DE ABRIL	15
VI.2.1. MODELO DE GESTIÓN	15
VI.2.2. ANÁLISIS FODA.....	15
VI.2.3. DEFINICIONES ESTRATÉGICAS.....	16
VI.2.4. DESARROLLO DE CONTENIDOS.....	17
VI.3. TERCERA SEMANA DE ABRIL	17
VI.3.1. AJUSTES	17
VI.3.2. OBJETIVOS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	18
VI.3.3. DESARROLLO DE CONTENIDOS.....	19
VI.4. CUARTA SEMANA DE ABRIL	21
VI.4.1. NUEVOS CAMBIOS	21
VI.4.2. PROFUNDIZANDO	23
VI.4.3. DESARROLLO DE CONTENIDOS.....	24
VI.5. PRIMERA SEMANA DE MAYO	25
VI.5.1. DEFINICIONES ESTRATÉGICAS.....	25
VI.5.2. PLAN DE COMUNICACIONES.....	25
VI.5.3. INICIO DE ACTIVIDADES	27
VI.5.4. DESARROLLO DE LOGO	28
VI.5.5. DESARROLLO DE CONTENIDOS.....	28
VI.6. SEGUNDA SEMANA DE MAYO A PRIMERA SEMANA DE JUNIO	29
VI.6.1. MEJORAMIENTO DE LOGO	29
VI.6.2. DESARROLLO PLAN DE MARKETING.....	31
VI.6.2.1. PERFIL INSTAGRAM	31
VI.6.2.2. WEBSITE LINKTREE	32
VI.6.2.3. DESARROLLO BIOGRAFÍA Y SERVICIOS DE ASESORAMIENTO	32
VI.6.2.4. CREACIÓN DE AFICHES O FLYERS	33
VI.6.2.6. CREACIÓN AUDIOVISUAL	36
VI.6.2.7. DESARROLLO DE CONTENIDOS	37

VI.7. SEGUNDA A CUARTA SEMANA DE JUNIO	39
VI.7.1. REINICIO DESPUÉS DEL FRACASO	39
VI.7.2. DESARROLLO DE CONTENIDOS.....	40
VI.7.3. TALLER DE AUTOGESTIÓN.....	42
VI.8. PRIMERA Y SEGUNDA SEMANA DE JULIO	43
VII. EVALUACIÓN	45
VIII. CONCLUSIONES	46

I. INTRODUCCIÓN

Antes de comenzar a relatar los acontecimientos y acciones de desarrollo de mi proyecto, creo necesario ir hacia atrás y visitar cuáles fueron las motivaciones y propósitos que dieron vida a este proceso de desarrollo cultural.

No esta demás decir que todo este proceso lo desarrollé mientras me encontraba de viaje por España (Madrid, Barcelona) y Suecia (Uppsala, Gothenburgo).

Este proyecto nació con el propósito de aportar con el desarrollo del potencial humano desde una visión transpersonal de la realidad, motivando y ayudando a las personas a conectar con su poder personal, con sus propósitos profundos y otorgar herramientas para su materialización y el desarrollo de sus capacidades creativas.

Esto a raíz del gran cambio planetario que se está dando a cabo desde el 2020. A causa de que las viejas estructuras y formas de hacer las cosas y co-crear la realidad han comenzado a caer poco a poco, muchas personas han entrado en profundo cuestionamiento de cómo continuar sus vidas. La pérdida de sus trabajos, de seres queridos, la caída de sus sueños y la imposibilidad de realizar sus antiguos deseos, han obligado a muchos a replantearse por completo cómo continuar.

Es por ello que cada vez más personas están transformando su visión de la vida, abriéndose a modificar sus propias epistemologías, integrando una mirada cada vez más transpersonal, integrando cuerpo, mente y espíritu. La cultura occidental está cambiando, hay un proceso de descolonización de las formas de vida, y cada día que pasa el autoconocimiento va tomando cada vez más preponderancia en la vida de las personas en el occidente, como forma concreta de lograr una transformación interna y reconfigurar su sentido de vida.

Este proyecto nació con la intención de colaborar con la transformación de la vida de las personas de habla hispana, a través de una acción cultural mediante el mundo virtual, el internet. Esto abarcando cinco sectores culturales: la gestión cultural y asesoramiento estratégico, las artes del cuerpo, las artes esotéricas, la psicología transpersonal y la filosofía.

II. COMUNIDADES DESTINATARIAS

Las comunidades con las que se contaba accionar al inicio de este proyecto era compuestas por personas de habla hispana, con conexión a internet, interesadas en el desarrollo del potencial humano y motivadas en desarrollar proyectos creativos o laborales conectados con su verdadera esencia. Comunidades abiertas a conocer sobre misticismo, psicología transpersonal, filosofía y/o sobre las artes del cuerpo y la cultura.

En general, son comunidades que además acceso a un teléfono móvil para el uso de redes sociales, tales como Instagram, Facebook, YouTube, Telegram, entre otras; y, particularmente, pertenecen a las generaciones "Y" y "Z".

La generación "Y" o también conocidos como millenials o nativos digitales, se considera a las personas nacidas entre 1981 y 1994 aproximadamente y la tecnología forma parte de su día a día. Es la primera generación inmersa por completo en la tecnología digital. Por su parte, la generación

“Z”, posmilenial o centennial, por haber venido al mundo en pleno cambio de siglo (los mayores son del año 1995 y los más pequeños nacieron en 2010), llegaron con una tablet y un smartphone debajo del brazo.

Este proyecto comienza con la intención, entonces, de conectar con personas de estas generaciones que buscan profundizar en su desarrollo personal, descubrir cómo expandir sus límites, conectarse con su propio poder personal y sus propósitos evolutivos, y en encontrar vías alternativas y creativas para la co-creación de una sociedad más justa, equitativa y consciente. Es decir, se enfoca en personas que buscan ser agentes activxs de cambio en sus comunidades que, desde el autoconocimiento, buscan gestar proyectos creativos con un enfoque anticapitalista, con conciencia medioambiental y con respeto por la diversidad.

Estas personas conciben el arte como forma de autoconocimiento y están abiertas al cambio, incluso de su propia forma de ver la vida y percibir la realidad. Entienden, de manera concreta o más intuitiva, que cada persona tiene un desarrollo evolutivo en este planeta y que, conectándose con su “mundo interno”, es posible vivir una vida más plena, al mismo tiempo que puede producir un cambio en su entorno, creando proyectos creativos conectados a su esencia. Si no es así, son personas que, por intuición, tienen curiosidad por las artes esotéricas o místicas, con el fin de encontrar algún tipo de ayuda a sus deseos o conflictos personales.

III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Cabe aclarar que este proyecto, al ser un canal virtual que permanece al largo plazo, fue necesario dedicarlo especialmente al estudio profundo y acabado de un plan de gestión que permita justamente su permanencia en el tiempo, encontrando las mejores vías para que la comunidad pueda ir creciendo y que los servicios que se les ofrece puedan generar recursos suficientes para su permanencia.

A causa de que la comunidad virtual ya existe, mientras el plan de gestión se vaya desarrollando se irá implementando paralelamente y poco a poco. Por lo tanto, en el ensayo y el error: una forma de gestión que involucra un proceso de laboratorio, en constante observación y retroalimentación en base a los resultados y reacciones a cada acción propuesta a las comunidades.

El canal virtual que se desarrolló es en sí mismo un proyecto de comunicación permanente. Es por ello que involucró investigar y desarrollar un plan estratégico, de marketing y de comunicaciones en tiempo real. Para que así, a través de la respuesta de las comunidades online, permitiera definir y modificar libremente las categorías y protocolos de desarrollo de contenidos, de propuestas creativas y pedagógicas. Es por esta razón que en este proyecto no se especificó el desarrollo y ejecución de un plan de comunicaciones, pues éste es justamente uno de los propósitos que tenía este proyecto.

Hay que tomar en cuenta que este es un proyecto independiente y global, que involucra destinatarios tanto de América Latina, España y cualquier país en donde se encuentren personas hispanoparlantes. Por lo tanto, los planes que se desarrollaron tuvieron el propósito de mantenerse al largo plazo, considerando también que el posicionamiento en las redes sociales exige perseverancia y mucha creatividad.

En otras palabras, este proyecto cultural lo considero de naturaleza híbrida, o más bien, manchada, en el sentido de considerar, no sólo actividades culturales específicas, sino es al mismo tiempo un estudio estético, comunicacional, para mejorar la forma de conectar con mis propias comunidades, que ya he estado gestando de manera virtual hace unos años.

El desarrollo de este proyecto se realizó desde el mes de abril hasta finales de junio de 2021, lo que hacen un total de 12 semanas. La estrategia a utilizar fue a través de mi trabajo individual, tanto como director y ejecutante del proyecto, que realicé de manera semanal para el desarrollo de cada acción. Sin embargo, tuve la ayuda esporádica de otras personas que me colaboraron, especialmente en el área gráfica.

IV. PROGRAMA DE ACTIVIDADES*

A continuación, expongo el programa general que fue marcando el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta que, a raíz de ser un proyecto en tiempo real, estaba abierto a ser incluso modificado o incluir ciertas aristas que no fueron visualizadas previamente.

Actividades	Periodo	A cargo
a) Establecer un modelo de negocios general del canal virtual: propuesta de valor, destinatarios específicos, relación, canales, alianzas, recursos y actividades claves.	Semana 1 a Semana 2	Director de proyecto
b) Realizar un análisis FODA del canal virtual.	Semana 1	Director de proyecto
c) Establecer Misión, Visión y Valores del canal virtual.	Semana 1 a Semana 2	Director de proyecto
d) Profundización de líneas estratégicas del canal virtual: establecer tipos de contenidos, servicios y otras propuestas creativas y artísticas que se compartirán a la comunidad virtual.	Semana 2 a Semana 5	Director de proyecto + Agente colaborador
e) Desarrollo de un plan de marketing: actualización de la marca, estética, dirección de arte, fotografía, estilo narrativo, etc.	Semana 1 a Semana 8	Director de proyecto + Agente colaborador
f) Desarrollo de un plan de comunicaciones: implica investigar y desarrollar creativamente el canal ya existente de Instagram “@hijodepluton_” y ampliar el canal virtual a través de la creación de un canal en Youtube, Linkdin y Telegram.	Semana 3 a Semana 12	Director de proyecto + Agente colaborador

g) Desarrollo de un plan financiero y aspectos legales: identificar tanto necesidades materiales, realizar presupuesto, fuentes de ingresos y costos del canal virtual, proyección financiera, así como investigar y aplicar sus aspectos legales.	Semana 7 a Semana 9	Director de proyecto + Agente colaborador
h) Desarrollo de contenidos y difusión de servicios y propuestas creativas a través de redes sociales.	Semana 1 a Semana 12	Director de proyecto

*Todas las actividades que involucren la colaboración de agentes externos se realizarán vía videoconferencia.

V. PLANIFICACIÓN (CARTA GANTT)

2021		Abril				Mayo				Junio				Julio
Actividades	Responsables	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S1
Act 1. Establecer un modelo de negocios general	Director + Colaborador	X	X											
Act. 2. Realizar un análisis FODA	Director + Colaborador	X												
Act. 3. Establecer Misión, Visión y Valores	Director	X	X											
Act. 4. Profundización de líneas estratégicas	Director + Colaborador		X	X	X	X								
Act. 5. Desarrollo de un plan de marketing	Director + Colaborador	X	X	X	X	X	X	X	X					
Act. 6. Desarrollo de un plan de comunicaciones	Director			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Act. 7. Desarrollo de un plan financiero y aspectos legales	Director + Colaborador							X	X	X				
Act. 8. Desarrollo de contenidos y difusión de servicios y propuestas creativas a través de redes sociales	Director	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
*Evaluación														X

VI. DESARROLLO DE BITÁCORA

VI.1. PRIMERA SEMANA DE ABRIL

Al revisar las evaluaciones realizadas por mis profesores respecto a mi proyecto, me di cuenta que me estaban analizando desde una perspectiva tradicional en la gestación de proyectos culturales. Lo que estoy realizando no es una obra o proyecto cultural que tiene inicio y fin, sino es levantar un proyecto cultural que se prolongue al mediano y largo plazo.

Mi proyecto nace como un canal de comunicación virtual con el propósito de generar un cambio en las personas a través del desarrollo del potencial humano, la creatividad, las artes y la gestión estratégica.

Al presentar mi propuesta a mis evaluadores, al parecer, no se pudo entender que mi proyecto consiste en el mismo desarrollo y gestación de este canal, es decir, es crear y, al mismo tiempo, desarrollar un plan de gestión. El proyecto ya se encuentra en ejecución hace casi 1 año y el propósito es llevarlo a otro nivel, más profundo, más efectivo y con mejor alcance.

Sin embargo, reconozco que a causa del poco tiempo que me quedaba para describir el proyecto, no logré realizar un diagnóstico tan acabado. Mas, para mí lo más importante era concentrarme en mis propias comunidades ya existente y establecer un plan de acción para llevar a cabo este plan de gestión, y así fue.

VI.1.1. BRAINSTORMING

Para comenzar a desarrollar el modelo de gestión general, inicié realizando un brainstorming (lluvia de ideas) bien extenso, en donde pude decantar todos los conceptos asociados a mis deseos creativos. Luego los categoricé y pude visualizar desde perspectiva mis propósitos, mis herramientas, los formatos, los valores y los conceptos claves.



Categorización Brainstorming

PROPÓSITOS

RESILIENCIA
AUTONOMÍA
AUTODISCIPLINA
AUTOMOTIVACIÓN
AUTODETERMINACIÓN
FUERZA DE VOLUNTAD
DECONSTRUIR PATRONES DE PENSAMIENTO
INSPIRAR AL CAMBIO
EXPANDIR CONCIENCIA
HACKEO DE LA REALIDAD
CREATIVIDAD Y MOVIMIENTO
CUMPLIR SUEÑOS
CONSEGUIR PROPÓSITOS
RECONECTAR CON EL INSTINTO
CONECTAR CON DESEOS DEL ALMA
REPROGRAMACIÓN HÁBITOS
ATRAVESAR LOS MIEDOS

MEDIOS

BLOG
PÁGINA WEB
PODCAST
ZOOM
YOUTUBE
TELEGRAM
INSTAGRAM
PATREON
LINKDIN

CONCEPTOS CLAVES

ESENCIA
EL VIAJE
CAOS
ACTIVISMO CREATIVO
EXPANDIR LÍMITES
VOLVER AL CUERPO
TRANSFORMACIÓN
POTENCIAL HUMANO
GESTIÓN DE PROYECTOS

HERRAMIENTAS

ENTRENAMIENTO INTEGRAL
BIOMOVIMIENTO
MOVIMIENTOS DE PODER
TÉCNICA EN LA PARED
ONIRONAVEGACIÓN
DANZA

ESTILO DE VIDA
REPROGRAMACIÓN DE HÁBITOS
AUTOCUIDADO

ARTE
CANTO

CHAMANISMO URBANO
TAMBOR CHAMÁNICO
ANIMALES DE PODER
RITUAL
ALTAR
TAROT
ASTROLOGÍA EVOLUTIVA

GESTIÓN CULTURAL
FEEDBACK

VALORES

VULNERABILIDAD
DECOLONIZACIÓN
REBELDÍA
ANTIPATRIARCAL
DIVERSIDAD
GOCE
TRANSPERSONAL
TRABAJO COLABORATIVO
SERVICIO
AUTENTICIDAD
COMPROMISO

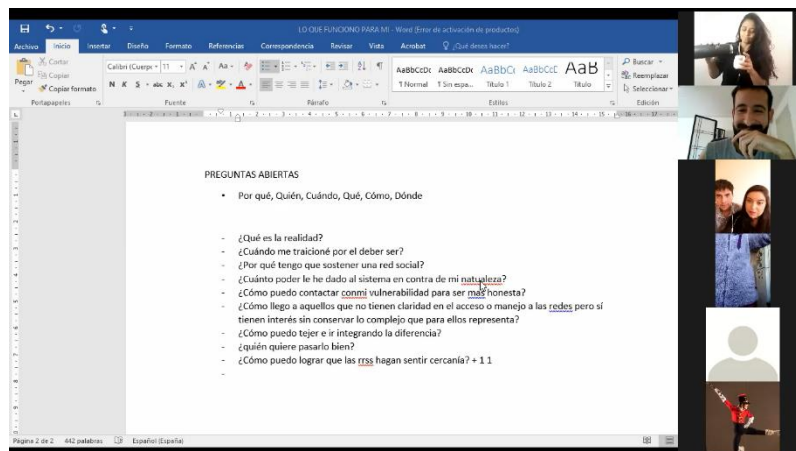
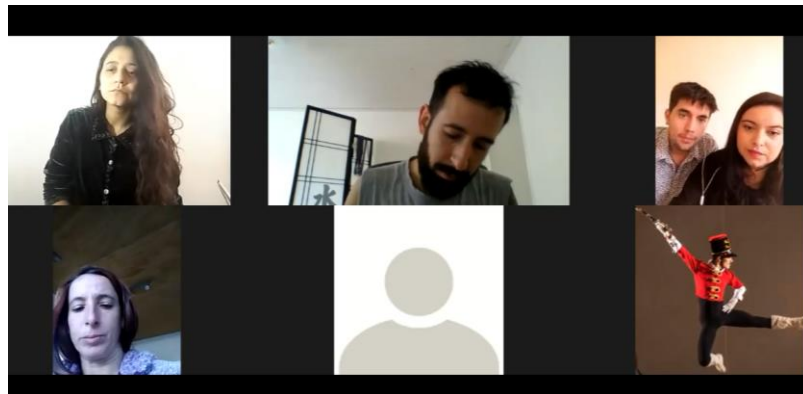
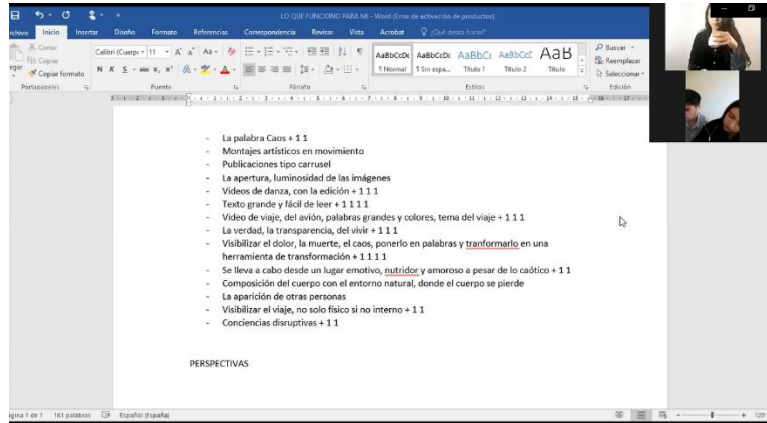
FORMATOS

CURSOS ONLINE
TALLERES
PLAYLISTS DE MÚSICA
ARTE
CANCIONES
CHARLAS
CONFERENCIAS
OBRAS ESCÉNICAS
ESCRIBIR
PRÁCTICAS CORPORALES
ASESORÍAS ESTRATÉGICAS
GRUPOS DE INTERCAMBIO
ENTREVISTAS
RELATOS
AUDIOVISUAL
HABLA HISPANA

VI.1.2. FOCUS GROUP

Por otra parte, durante la primera semana de abril realicé un Focus Group con unas 7 personas, de distintos ámbitos artísticos y culturales, que de una u otra forma conocían mi proceso de vida, trabajo y me seguían en mis redes

Lo que hice fue aplicar un método de Feedback bien desarrollado que aprendí en el pasado. De aquí pude obtener información valiosa y tomar conciencia de cómo me veían los demás y lo que estaba funcionando y lo que no, hasta ese momento en mi canal de Instagram que se llamaba @hijodepluton_.



VI.1.3. SÍNTESIS CREATIVA

En relación a todo este proceso anterior, me aventuré a realizar una síntesis creativa y desarrollar en qué deseo que este proyecto se convierta, en base a cuatro preguntas:

- *Nombre del emprendimiento o propuesta*

Pablo Gallardo – Gestor de Cambio

- *¿Por qué surge la iniciativa?*

Surge por mi necesidad de integrar los saberes que he ido integrando en mi vida para ofrecer un servicio que me permita, además de satisfacer mis necesidades materiales, poder crear un canal virtual que sea útil y cercano a mi comunidad.

Esta propuesta además nace a raíz de todo el cambio planetario que hoy atravesamos como humanidad, una manera de aportar al colectivo para su transformación, para el desarrollo de nuestra autonomía, un activismo creativo para el encuentro de nuestra esencia como seres humanos.

- *¿Qué necesidades satisface?*

Satisface la necesidad del desarrollo de la creatividad para la expansión de nuestros límites, del anhelo de materializar nuestros sueños, de conseguir nuestros propósitos profundos, de lograr autonomía en nuestras vidas o conectarnos con nuestro mundo sensible.

Asimismo, a raíz de todo el confinamiento ha emergido la necesidad de volver al cuerpo, de reconectar con el instinto y la intuición, con deconstruir nuestros patrones de pensamiento y lograr reprogramarnos como seres humanos. Urge la necesidad de desarrollar mayor autodisciplina y nuestra fuerza de voluntad, para lograr auto-motivarnos y producir un cambio positivo en nuestras vidas.

Existe una necesidad de sentirnos acompañados y aprender herramientas para atravesar nuestros miedos para hackear nuestra realidad y conseguir alinearnos con los deseos de nuestra alma.

- *¿Qué bienes y/o servicios culturales ofrecería?*

Talleres, seminarios, charlas, cursos, prácticas, entrevistas y desarrollo de contenido reflexivo, en torno al desarrollo de la creatividad y el desarrollo del potencial humano, como forma de conectar con el espíritu y permita abrir puertas para el activismo creativo y la materialización de propósitos personal como colectivos.

Estos servicios se canalizarán a través de diversos saberes y herramientas artísticas y culturales, tales como: la danza, el arte escénico, el audiovisual, la música, el entrenamiento integral, el movimiento integrador, la onironavegación, la gestión cultural, la filosofía, la astrología evolutiva, el tarot y el chamanismo urbano.

Estos servicios se entregarán a través de los siguientes medios de comunicación online: Instagram, YouTube, Telegram, Página Web, Blog, Podcast (Spotify), Patreon, LinkedIn, Mailing y Zoom.

VI.1.4. FEEDBACK

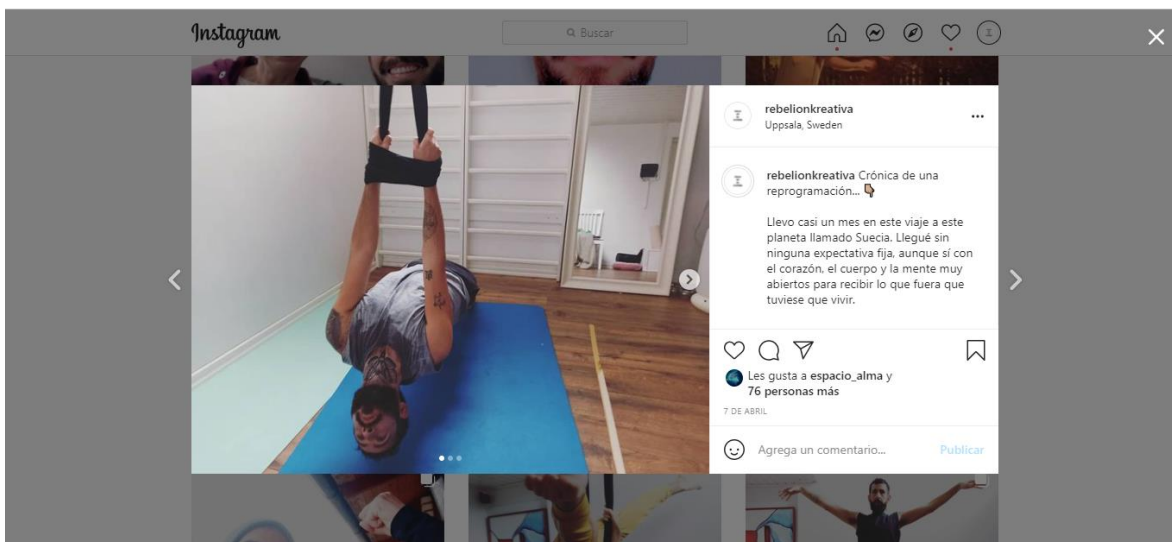
Luego tuve mi primera sesión de Seminario de Grado con la directora del Magister, Patricia Diaz, en donde le expuse lo que había realizado y mis apreciaciones sobre la evaluación que me habían hecho. Ella tampoco lograba entender cómo era posible que un plan de gestión fuese el mismo proyecto.

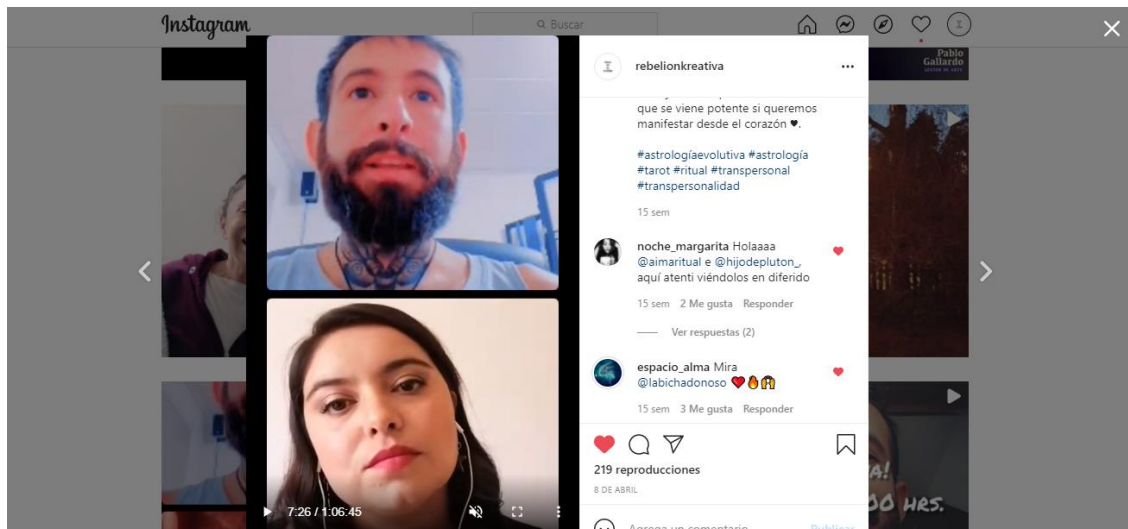
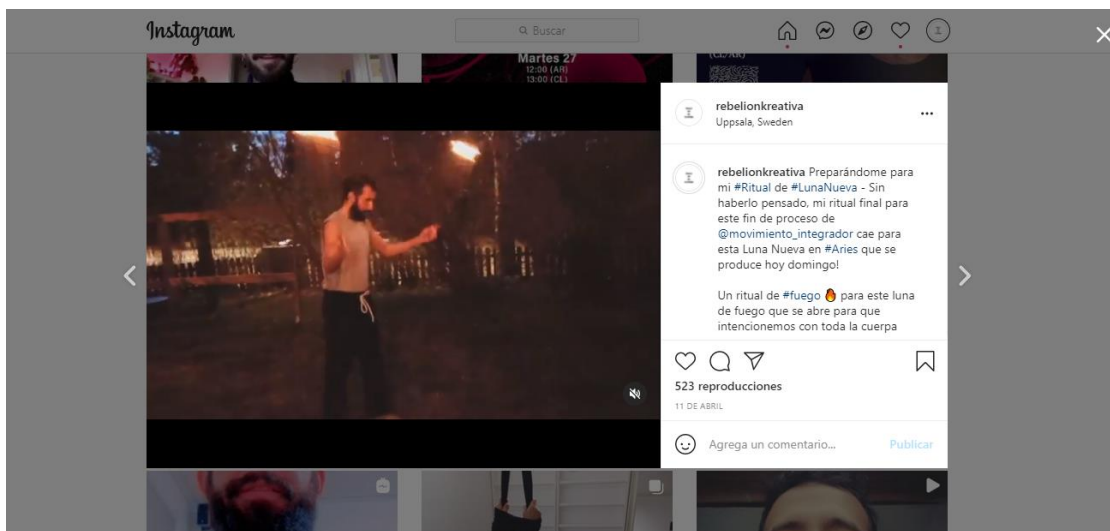
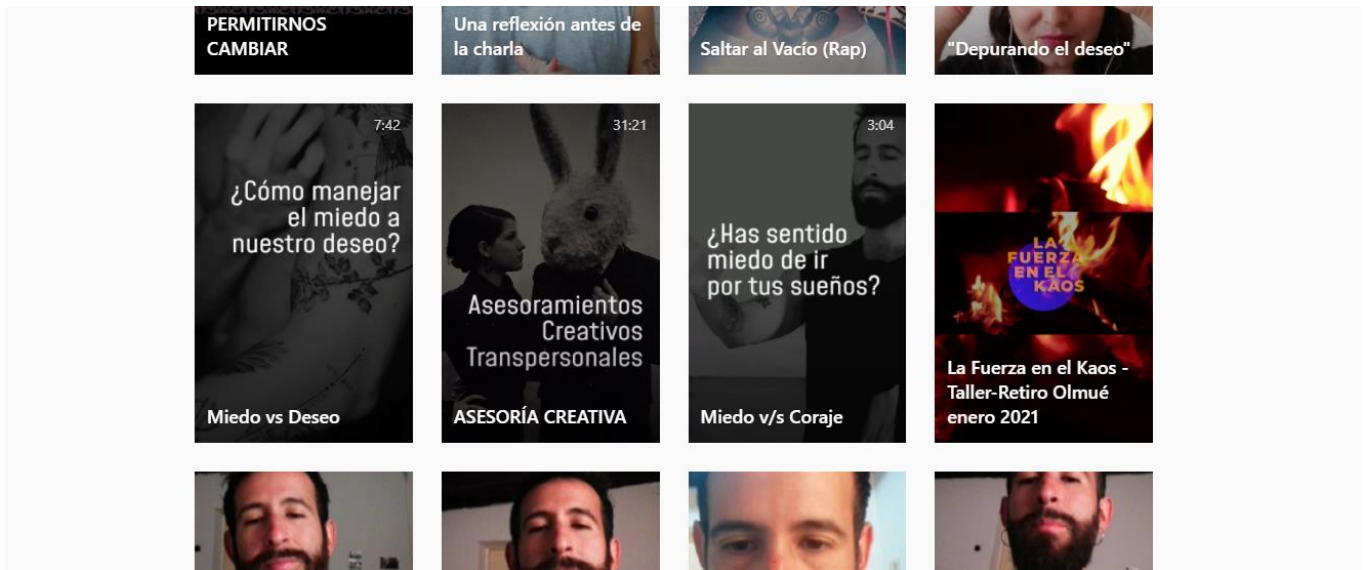
Le expliqué nuevamente que para mí era necesario darme el tiempo y profundizar lo más posible en un plan de gestión de este canal virtual para poder ser mantenido en el tiempo por muchos años. Le comenté sobre mi focus group y todo el proceso de brainstorming que realicé, mostrándole todo el trabajo realizado, mis categorías y conceptos. Al observarlo finalmente pudo entender y quedó sorprendida de mi trabajo. Quedamos en el acuerdo que los conceptos más teóricos los iría desarrollando en el proceso y que siguiera con mi plan.

Por otro lado, en estos momentos aún me encuentro definiendo el nombre del proyecto, pues había decidido cambiarlo. Algunas ideas eran: “Volver al cuerpo”, “Inteligencia Creadora”, “Renacer del Kaos”.

VI.1.5. DESARROLLO DE CONTENIDOS

Como este proyecto se fue construyendo en el camino, como continuación de mi proyecto anterior, continué compartiendo contenidos (reflexiones escritas, entrevistas en vivo, entre otras) y proponiendo asesoramiento en torno a los propósitos planteados.





VI.2. SEGUNDA SEMANA DE ABRIL

Para mi segunda sesión con Patricia, le compartí mis avances respecto a mi plan. En esta primera semana de trabajo tenía la misión de comenzar a establecer el modelo de negocios general, realizar un análisis FODA y establecer las definiciones estratégicas generales.

Tuve un muy buen feedback, y me alentó a seguir con ese impulso de trabajo.

VI.2.1. MODELO DE GESTIÓN



VI.2.2. ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Amplio abanico de saberes en torno al autoconocimiento, al desarrollo del potencial humano, a las artes del cuerpo y la cultura.
- Buen grado de conocimiento y experiencia en la gestión y la creatividad.
- Manejo rápido de herramientas para el desarrollo de contenido virtual (video, fotografía, diseño, videoconferencia, etc.).
- Buen manejo de la comunicación oral y artística.
- Proyecto no depende de estar conectado a un territorio ni instituciones estatales.
- Los costos son bajos (pc, móvil e internet).

Debilidades

- No existe propuesta visual clara y coherente.
- Poca claridad en el concepto del proyecto.
- Inconstancia en el desarrollo de contenidos.
- Equipo de trabajo muy reducido.

Oportunidades

- Aumento de la utilización de canales virtuales para el autoconocimiento y el aprendizaje de saberes, a raíz de mayor confinamiento.
- Recursos suficientes para la actualización del proyecto.

Amenazas

- Gran cantidad de ofertas de canales de autoconocimiento por redes sociales.
- Miedo y la ignorancia, los prejuicios de la gente.

VI.2.3. DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

Misión:

Inspira y guía a las personas para llevar a cabo sus propósitos creativos y que desean generar un cambio positivo en sus vidas y en su entorno, a través del desarrollo del potencial humano, la gestión estratégica, la creatividad y las artes.

Visión:

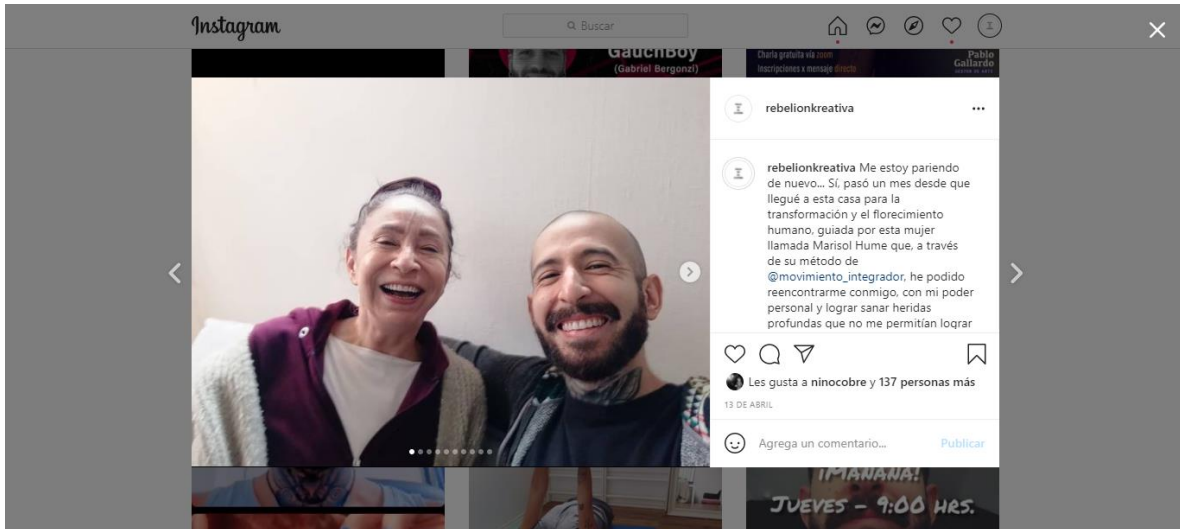
Ser un canal reconocido internacionalmente como líder en la generación de cambio, el desarrollo del potencial humano y el asesoramiento estratégico desde una visión transpersonal.

Valores:

Diversidad, autenticidad, servicio, compromiso, creatividad, desarrollo humano, vulnerabilidad, transparencia, transpersonal, anti-patriarcal, anticapitalista, liderar con el ejemplo, rebeldía, innovación, trabajo colaborativo.

VI.2.4. DESARROLLO DE CONTENIDOS

En este periodo bajé la cantidad de publicaciones a raíz de desarrollar lo anteriormente expuesto.



VI.3. TERCERA SEMANA DE ABRIL

VI.3.1. AJUSTES

En la última semana comencé a desarrollar el plan de marketing con mayor profundidad. Recibí la ayuda de Florencia Aguilera, artista y diseñadora visual. Fui desarrollando cuál es el mensaje profundo que deseo compartir, lo que desemboca en cómo presento mi canal de redes. En un principio me consideré como un “Gestor de cambio”. Sin embargo, en esta semana decidí hacer un cambio de rumbo y enfocar mejor mi nicho de trabajo.

Al principio eran las personas de la generación “y” y “z” en general. Mas, decidí dirigirlo más a los artistas, cultores y personas dedicadas al autoconocimiento. Por lo tanto, difundo mi canal más bien como un “Gestor Artístico o Creativo”. Seguiremos profundizando la idea para encontrar bien la forma de compartir el mensaje de fondo.

Por ende, la “Misión” y la “Visión” del proyecto tiene algunos detalles que cambian:

Misión:

Inspirar y guiar a artistas, cultores y terapeutas para llevar a cabo sus propósitos creativos y que desean generar un cambio positivo en sus vidas y en su entorno, a través del desarrollo del potencial humano, la gestión estratégica, la creatividad y las artes.

Visión:

Ser un canal reconocido internacionalmente como líder en la generación de cambio, el desarrollo del potencial humano y el asesoramiento estratégico de proyectos artísticos y culturales desde una visión transpersonal.

VI.3.2. OBJETIVOS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Por otro lado, comencé a desarrollar los objetivos específicos y las líneas estratégicas:

Objetivos Específicos:

1. Aportar con el desarrollo de la Autodisciplina, la Autodeterminación y la Automotivación.
2. Entregar herramientas para la reprogramación de hábitos y patrones de pensamiento.
3. Guiar para el desarrollo y planificación de estrategias de creación y de proyectos creativos.
4. Compartir experiencias de autoconocimiento, inspiración y transformación a través de las artes.

Líneas Estratégicas:

1. Aportar con el desarrollo de la Autodisciplina, la Autodeterminación y la Automotivación.
 - a) Desarrollar una línea de contenidos de valor sobre estos temas, que incluya:
 - i. 1 Reflexión escrita + imagen
 - ii. 1 contenido Educativo: Carrusel, Charla, Taller o Live
 - iii. 1 contenido creativo o lúdico (Reel, Danza, Canción, etc).
 - b) Difundir los contenidos distribuidos en 1 semana de cada mes.
2. Ofrecer herramientas para la reprogramación de hábitos y patrones de pensamiento.
 - a) Desarrollar una línea de contenidos de valor sobre estos temas, que incluya:
 - i. 1 Reflexión escrita + imagen
 - ii. 1 contenido Educativo: Carrusel, Charla, Taller o Live
 - iii. 1 contenido creativo o lúdico (Reel, Danza, Canción, etc).
 - b) Difundir los contenidos distribuidos en 1 semana de cada mes.
3. Guiar para el desarrollo y planificación de estrategias de creación y desarrollo de proyectos creativos.
 - a) Desarrollar una línea de contenidos de valor sobre estos temas, que incluya:
 - i. 1 Reflexión escrita + imagen

- ii. 1 contenido Educativo: Carrusel, Charla, Taller o Live
 - iii. 1 contenido creativo o lúdico (Reel, Danza, Canción, etc).
- b) Difundir los contenidos distribuidos en 1 semana de cada mes.
4. Compartir experiencias de autoconocimiento, inspiración y transformación a través de las artes.
- a) Desarrollar una línea de contenidos de valor sobre estos temas, que incluya:
- i. 1 Reflexión escrita + imagen
 - ii. 1 contenido Educativo: Carrusel, Charla, Taller o Live
 - iii. 1 contenido creativo o lúdico (Reel, Danza, Canción, etc).
- b) Difundir los contenidos distribuidos en 1 semana de cada mes.
- c) Producir 1 obra escénica o conferencia cada semestre.
- d) Escribir 1 libro cada 2 años.
- e) Desarrollar documental en 3 años.

VI.3.3. DESARROLLO DE CONTENIDOS

Finalmente, he seguido compartiendo contenido reflexivo, artístico y pedagógico en el canal, al mismo tiempo que voy evaluando la respuesta de mis comunidades. Fue en este periodo que lanzo mi primera charla online sobre cómo seguir creando arte y cultura en tiempos de caos.



¿CÓMO SEGUIR CREANDO ARTE Y CULTURA EN TIEMPOS DE KAOS?

Gestión creativa desde una visión integral

Viernes 23
12:00 - 13:30 hrs.
(CL/AR)



Charla gratuita vía zoom
Inscripciones x mensaje **directo**

Pablo Gallardo
GESTOR DE ARTE

rebelionkreativa

rebelionkreativa Charla Gratuita para Agentes del Arte, la Cultura y el Autoconocimiento – Hola comunidad! Como bien sabemos el arte y la cultura han sido una de las dimensiones más afectadas por este cambio planetario y es urgente comenzar a reencontrarnos con su poder y encontrar las maneras de seguir gestando. Sin arte no hay vida y nosotrxs artistas tenemos la responsabilidad de seguir creando y compartiendo experiencias que nos permitan como seres humanos la concepción de otros mundos posibles.

🏠 ¿Cómo podremos seguir removiendo conciencias si nosotrxs no

Les gusta a ninocobre y 208 personas más

21 DE ABRIL

Agrega un comentario... Publicar

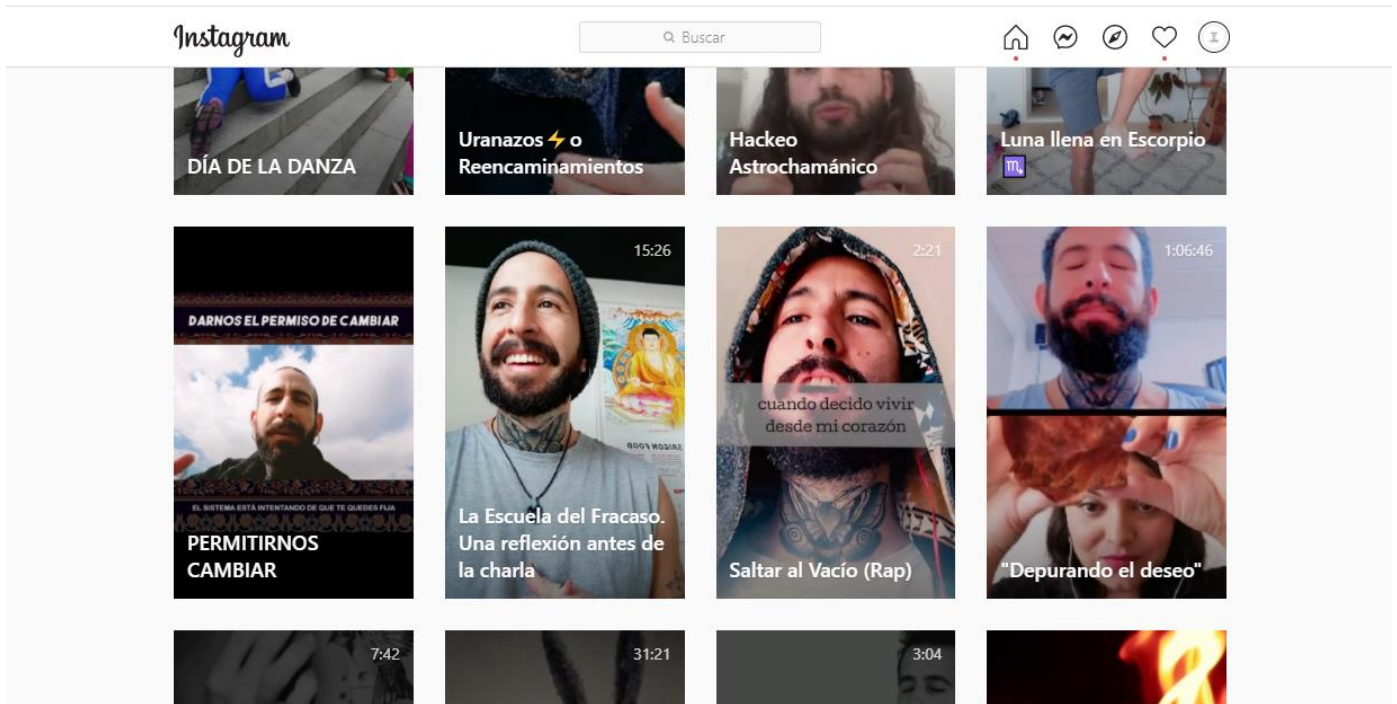




Tetraedro del Florecimiento Humano

- Auto-disciplina
- Auto-motivación
- Auto-determinación





VI.4. CUARTA SEMANA DE ABRIL

VI.4.1. NUEVOS CAMBIOS

A raíz de mis propias evaluaciones y reflexiones en base a la respuesta de mis comunidades, seguí profundizando en el propósito de este canal virtual. Sentí la necesidad de volver reenfocar mi comunidad y llegué a la conclusión de ir enfocarlo, como antes, no sólo a artistas y cultores, sino al público en general.

Asimismo, en este punto decido cambiarle el nombre al proyecto de “@hijodepluton_” a “@pablogallardo.oficial”.

Tuve que modificar, por ende, las mismas definiciones estratégicas:

Misión:

Inspira y guía a las personas a generar un cambio positivo en sus vidas y en su entorno, a través del desarrollo del potencial humano, la gestión estratégica, la creatividad y las artes.

Visión:

Ser un canal reconocido internacionalmente como líder en la generación de cambio, el desarrollo del potencial humano, el arte performativo y el asesoramiento estratégico de proyectos creativos desde una visión transpersonal.

Asimismo, hice un cambio en los objetivos y las líneas estratégicas, integrando lo que era similar y agregando una nueva línea que refiere a la conexión con las artes del cuerpo y la creatividad:

Objetivos Específicos:

1. Entregar herramientas para el desarrollo de la Autodisciplina, la Autodeterminación y la Automotivación, la reprogramación de hábitos y patrones de pensamiento.
2. Compartir experiencias pedagógicas en torno a las artes del cuerpo, las artes performativas y la creatividad desde una visión transpersonal.
3. Otorgar métodos para el desarrollo y planificación de estrategias de creación y de proyectos creativos.
4. Compartir experiencias de autoconocimiento, inspiración y transformación a través de las artes.

Líneas Estratégicas:

1. Aportar con el desarrollo de la Autodisciplina, la Autodeterminación y la Automotivación, la reprogramación de hábitos y patrones de pensamiento.
 - c) Desarrollar una línea de contenidos de valor sobre estos temas, que incluya:
 - i. 1 Reflexión escrita + imagen
 - ii. 1 contenido Educativo: Carrusel, Charla, Taller o Live
 - iii. 1 contenido creativo o lúdico (Reel, Danza, Canción, etc).
 - d) Difundir los contenidos distribuidos en 1 semana de cada mes.
2. Compartir experiencias pedagógicas en torno a las artes del cuerpo, las artes performativas y la creatividad, desde una visión transpersonal.
 - c) Desarrollar una línea de contenidos de valor sobre estos temas, que incluya:
 - i. 1 Reflexión escrita + imagen
 - ii. 1 contenido Educativo: Carrusel, Charla, Taller o Live
 - iii. 1 contenido creativo o lúdico (Reel, Danza, Canción, etc).
 - d) Difundir los contenidos distribuidos en 1 semana de cada mes.

VI.4.2. PROFUNDIZANDO

Durante esta semana continúo desarrollando la estrategia de trabajo. Realicé nuevamente algunos cambios en torno a los objetivos y las líneas estratégicas, delimitando más efectivamente las líneas de acción, incluyendo la recurrencia de difusión.

Objetivos Específicos y Líneas Estratégicas:

1. Compartir experiencias de autoconocimiento, inspiración, ritualidad y transformación a través de las artes (corporales, musicales, comunicacionales, místicas, etc.).

Contenido	Recurrencia	Medio
Reflexión en Video	Todos los Lunes	Feed Instagram
Práctica corporal	Todos los Martes	IGTV
Entrevista	Todos los Miércoles	IGTV
La Danza de Loco (documental)	1 vez al mes	YouTube

2. Compartir conocimientos y herramientas para el desarrollo de la Autodisciplina, la Autodeterminación, la Automotivación, la reprogramación de hábitos y patrones de pensamiento.

Contenido	Recurrencia	Medio
Conocimiento en Video	Todos los Viernes	Feed Instagram

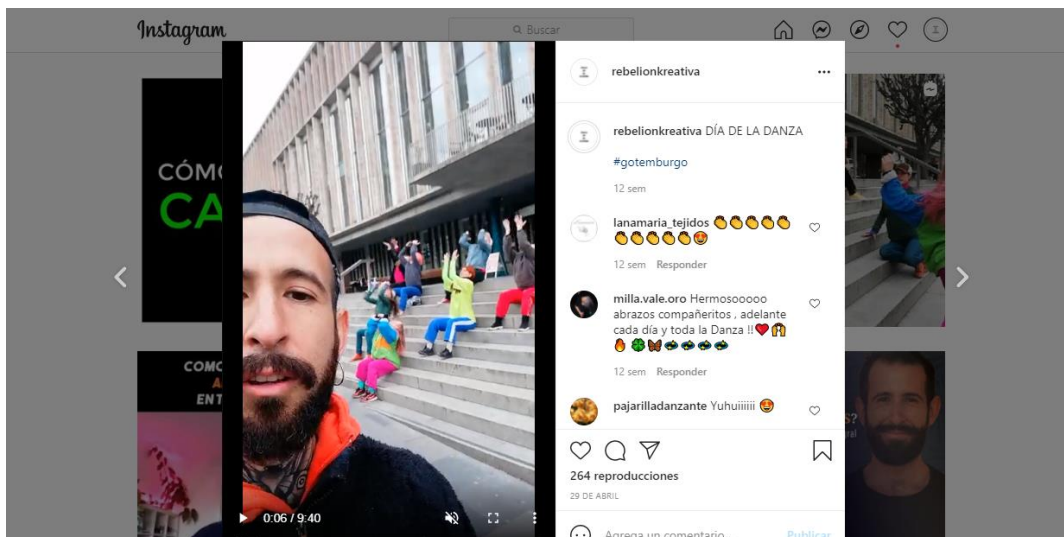
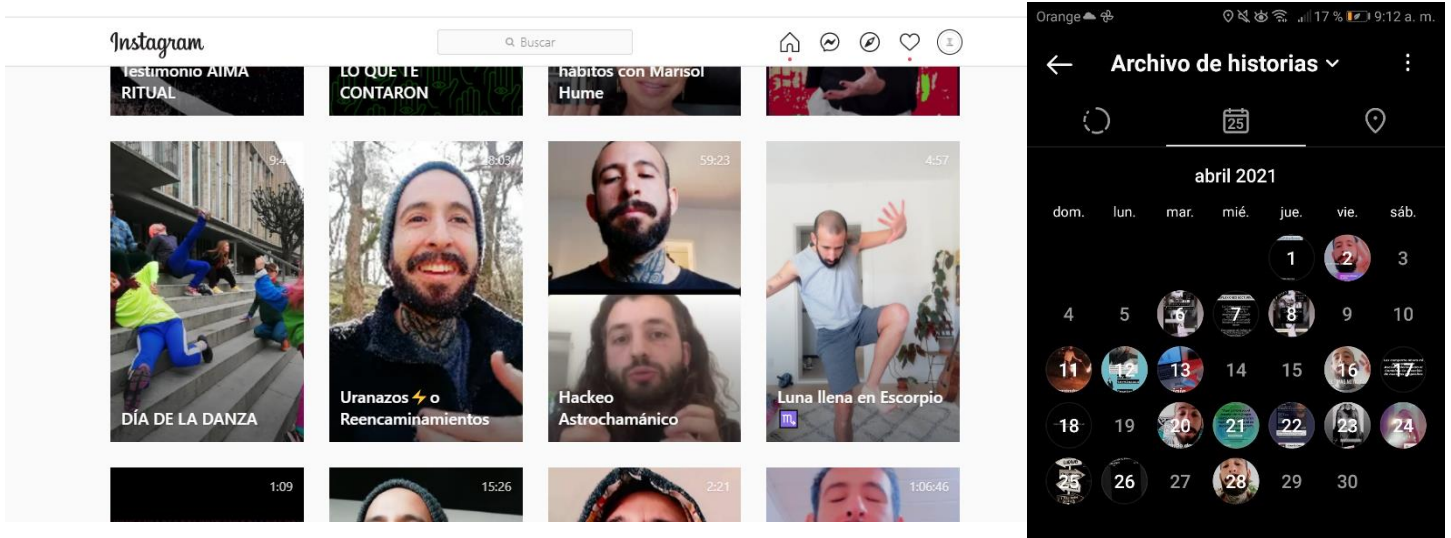
3. Enseñar capacidades creativas a través de las artes del cuerpo y las artes performativas.

Contenido	Recurrencia	Medio
Taller o Laboratorio	1 cada 3 meses (2 veces por semana)	Zoom

4. Guiar para el desarrollo y planificación de estrategias de creación y de proyectos creativos.

Contenido	Recurrencia	Medio
Contenido en Video	Todos los Miércoles	
Asesorías Personalizadas	Según demanda (duración: 1 mes y medio)	Zoom
Asesorías Grupales	Cada 2 meses (Duración 1 mes y medio; 1 vez por semana)	Zoom
Círculos de Descarga	1 vez al mes	Zoom

VI.4.3. DESARROLLO DE CONTENIDOS



VI.5. PRIMERA SEMANA DE MAYO

Fui profundizando aún más el plan de gestión, realizando algunos cambios en las definiciones estratégicas y comenzando a desarrollar el plan de comunicaciones. Comienzo a definir semanalmente el tipo y cantidad de contenidos que compartiré, sus necesidades técnicas, medios y un calendario de inicio de cada acción, como una propuesta a experimentar.

En esta semana también he realizado varios cambios en torno a la imagen corporativa del proyecto definiendo, asimismo, un nuevo cambio del nombre del proyecto, al cual termino por nombrarlo como “Rebelión Kreativa”.

VI.5.1. DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

Misión:

Inspirar y guiar a las personas a generar un cambio positivo en sus vidas y en su entorno, a través del desarrollo del potencial humano y a conciencia, la creatividad, las artes y la gestión estratégica.

Visión:

Ser un canal reconocido internacionalmente como líder en la generación de cambio y toma de conciencia desde una visión transpersonal.

Valores:

Diversidad, autenticidad, servicio, compromiso, creatividad, desarrollo humano, vulnerabilidad, transparencia, transpersonal, anti-patriarcal, anticapitalista, liderar con el ejemplo, rebeldía, innovación, trabajo colaborativo.

VI.5.2. PLAN DE COMUNICACIONES

i. INSTAGRAM

Contenido Semanal

	LUNES	MARTES		MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
CONTENIDO	Conciencia	Práctica Corporal	Difusión LIVE “Conciencias Disruptivas”	Gestión	LIVE “Conciencias Disruptivas”	Desarrollo del potencial Humano		La Danza del Loco*
FORMATO	Video FEED	Live IGTV	REEL	Carrusel FEED	Live IGTV	Video FEED		Video FEED

GRÁFICA	Imagen Portada + Marco Video + Subtítulos	Imagen Portada IGTV	Video Flyer	Imagen Portada + Marco Video + Subtítulos	Imagen Portada adjuntada post live	Imagen Portada + Marco Video + Subtítulos		Portada General + Selección imagen de video
HORARIO	8:00 am (Chile) – 14:00 hrs (Suecia)	7:00 am (Chile) – 13:00 hrs. (Suecia)	20:00 hrs (Chile) – 02:00 am (Suecia)	8:00 am (Chile) – 14:00 hrs (Suecia)	12:00 hrs (Chile) – 18:00 hrs (Suecia)	8:00 am (Chile) – 14:00 hrs (Suecia)		20:00 hrs (Chile) – 02:00 am (Suecia)

*Documental desde Julio

Resumen Necesidades Gráficas

CONTENIDO	TIPO DE GRÁFICA	DETALLES CREATIVOS	PRIORIDAD
LOGO	Rebelde	Variedad de colores	Alta
Conciencia y Potencial Humano	2 videos (Imagen Portada + Marco Video + Subtítulos)	- Fuentes de imagen portada y subtítulos. - Fotografía - Fondo	Alta
Gestión	1 Carrusel	- Fuentes - Diseño	Alta
Práctica Corporal	Imagen Portada IGTV	- Fuentes imagen - Fotografía - Fondo	Media
Conciencias Disruptivas	Video Flyer (REEL)	- Fuentes - Fotografía - Animación Video	Alta

Contenidos Esporádicos

	CONTENIDO	FORMATO	GRÁFICA	RECURRENCIA	HORARIO DIFUSIÓN	PRIORIDAD
1	Asesorías Personalizadas	Video FEED + REEL	Video-Flyer + Flyer en Inglés	1 vez por mes	Miércoles: 12:00 hrs (Chile) – 18:00 hrs. (Suecia)	Alta
2	Asesorías Grupales	Video FEED + REEL	Video-Flyer	Cada 2 meses	Miércoles: 12:00 hrs (Chile) – 18:00 hrs. (Suecia)	Alta

3	Taller Arte Escénico Transpersonal	Video FEED	VideoFlyer + Imagen Portada	1 cada 3 meses	Miércoles: 12:00 hrs (Chile) – 18:00 hrs. (Suecia)	Media
4	Workshop Corporal	Video FEED	VideoFlyer + Imagen Portada	1 vez al mes (sábado y domingo)	Martes: 12:00 hrs (Chile) – 18:00 hrs. (Suecia)	Media
5	Círculos de Preguntas	LIVE IGTV	Video Flyer para Difusión + Imagen Portada IGTV	2 sábados al mes (12:00 hrs Chile – 18:00 hrs Suecia)	Jueves 8:00 hrs (Chile) – 14:00 hrs. (Suecia)	Baja
6	Círculos de Descarga	Carrusel FEED	Imágenes	1 domingo al mes (12:00 hrs Chile – 18:00 hrs Suecia)	Lunes 20:00 hrs. (Chile) – 02:00 am (Suecia)	Baja

ii. OTROS MEDIOS:

MEDIO	PERIODO DE DESARROLLO	LANZAMIENTO
Telegram	Mayo	Junio
YouTube (La danza del Loco)	Mayo y Junio	Principios de Julio
Mailing (Resumen mes)	Mayo, Junio y Julio	Finales de Julio
Página Web (Toda la info integrada)	Todo el mes de Junio	Principios de Julio

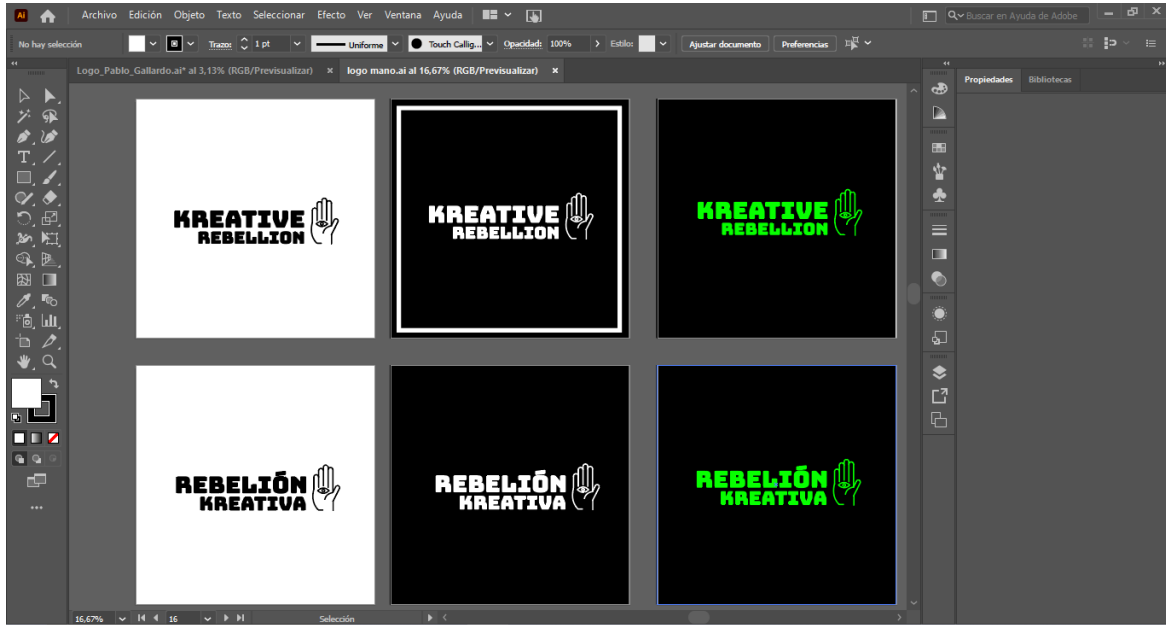
VI.5.3. INICIO DE ACTIVIDADES

2021

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO					JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Inicio difusión													
Inicio actividad													
Desarrollo de Contenidos													
Práctica Corporal IGTV													
Conciencias Disruptivas													
Asesorías Personalizadas													
Asesorías Grupales													
Taller Arte Escénico													

Workshop Corporal														
Círculos de Preguntas														
Círculos de Descarga														
La Danza del Loco														

VI.5.4. DESARROLLO DE LOGO



VI.5.5. DESARROLLO DE CONTENIDOS

En este periodo, a causa de todo el trabajo anterior, no compartí mayores contenidos.



VI.6. SEGUNDA SEMANA DE MAYO A PRIMERA SEMANA DE JUNIO

En todo este periodo de un mes de trabajo, puse en marcha, como prueba experimental, el plan detallado de la semana pasada.

Compartí mucho contenido, lo que me ha permitido evaluar cuáles de ellas tienen mejor llegada y además de incluir otro tipo de publicaciones en torno a mi desarrollo de actividades de manera presencial, compartiendo imágenes, junto con el relato de mi experiencia y reflexiones. Esto ha permitido generar más movimiento e interacción con la red. Asimismo, comencé a agendar diferentes entrevistas, en donde deseo cambiar el título de estos “Lives” por Instagram, enfocado más a la temática del arte y su resignificación.

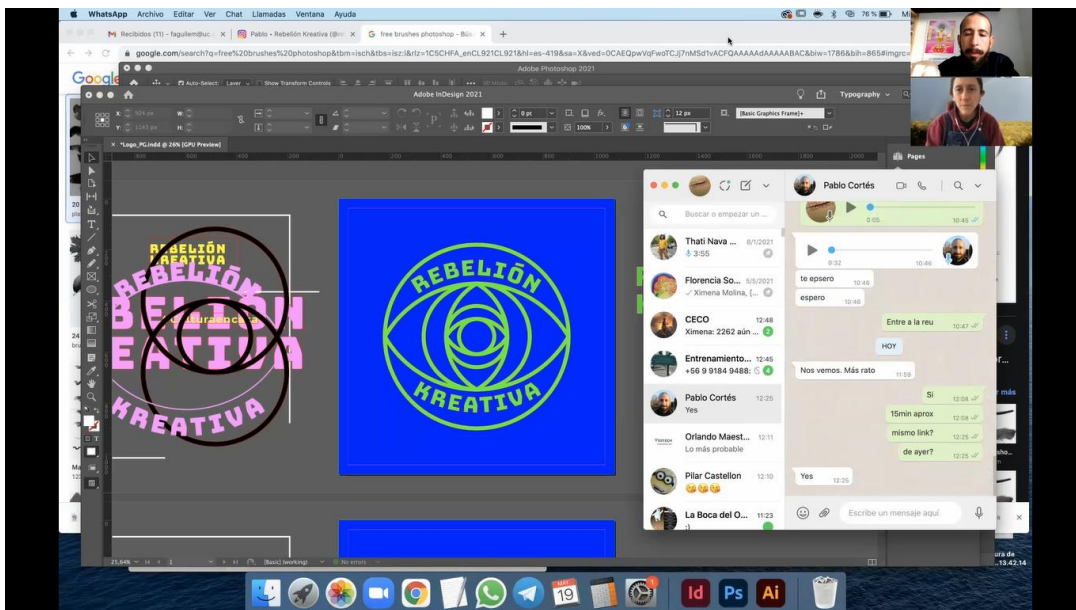
en este periodo, además, recibí una serie de invitaciones para ser entrevistado por otros proyectos virtuales. Entre eso, una charla sobre creatividad para la Escuela de Florecimiento Humano “Movimiento Integrador”, una entrevista para un podcast norteamericano-mexicano sobre expansión de la conciencia y a crear un nuevo programa de conversación junto a una nueva aliada proveniente de Uruguay (@almaritual).

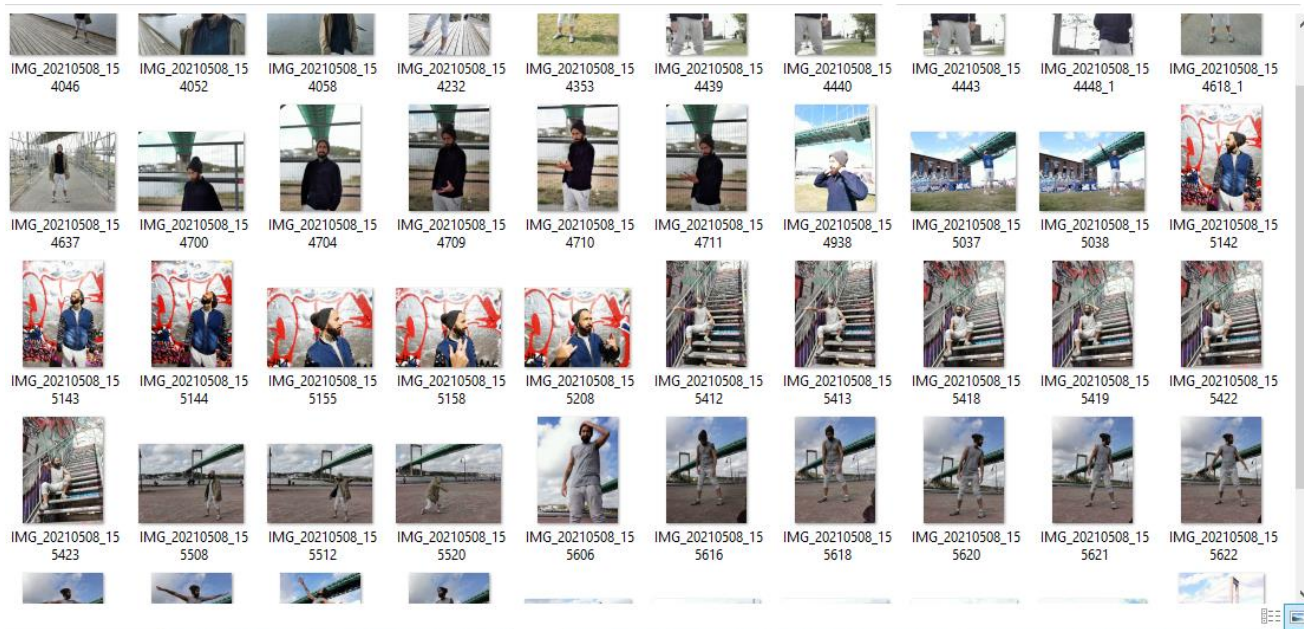
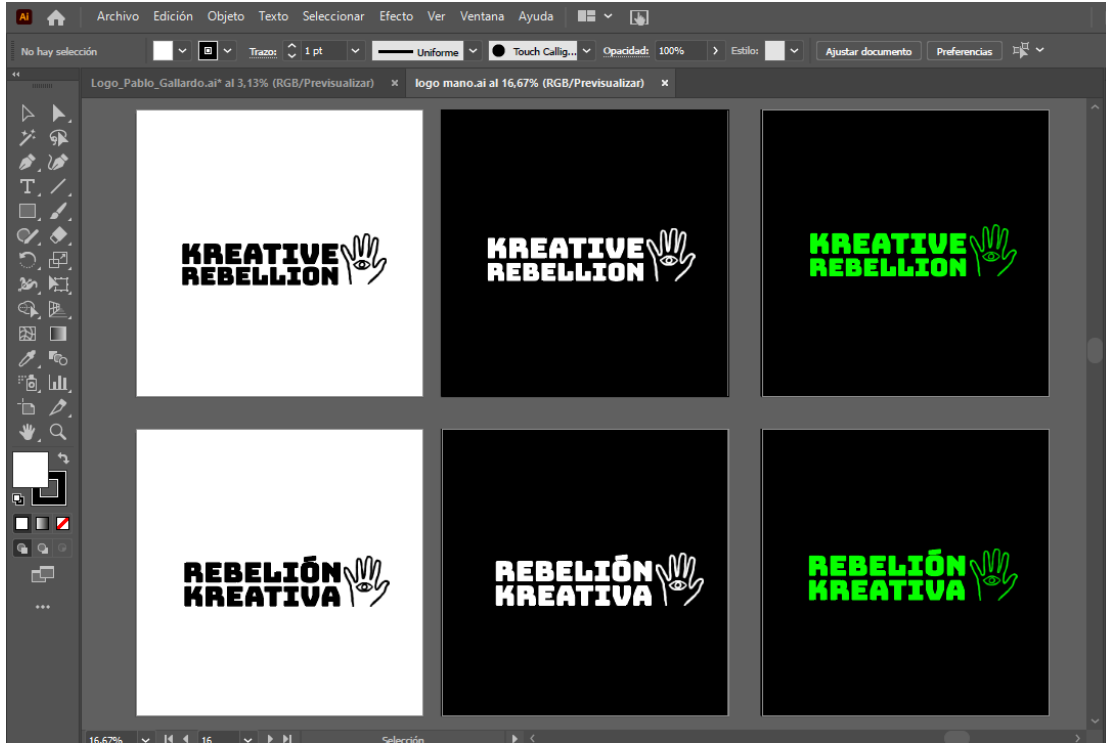
Es por esto que tuve que decidir dejar en pausa algunas de las actividades propuestas en el plan, tales como el documental, los círculos y los talleres, concentrándome mayormente en la creación de videos, las reflexiones escritas y los lives.

Finalmente, con todo esto pude ir identificando más claramente que tipo de comunidades seguían mi canal hasta ese momento (2000 personas aproximadamente). Pude decantar que mi comunidad incluye, en su gran mayoría, a artistas, gestores de cambio y terapeutas, por lo que decido que éste sea mi nicho específico de acción.

VI.6.1. MEJORAMIENTO DE LOGO

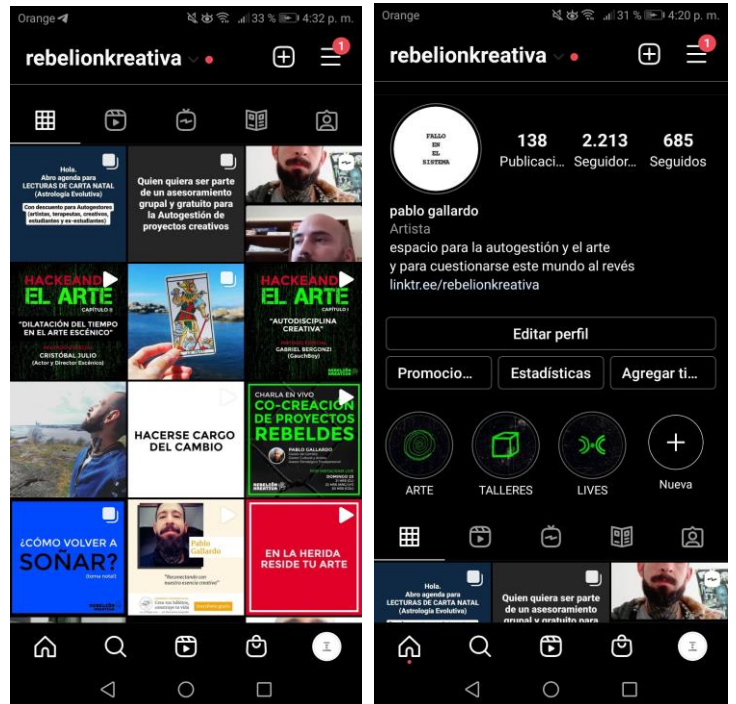
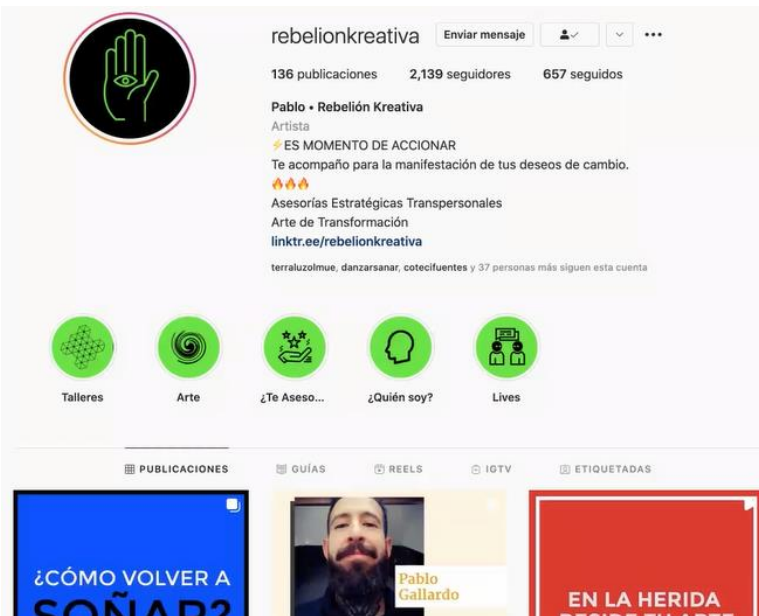
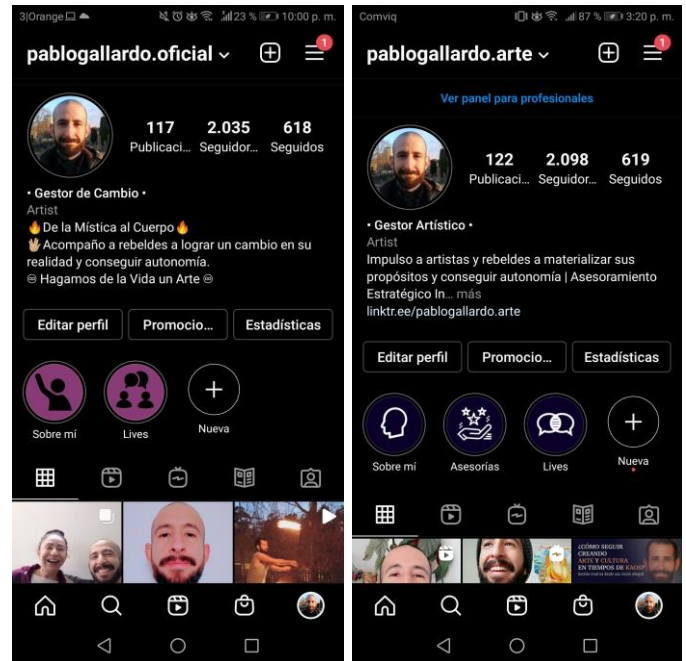
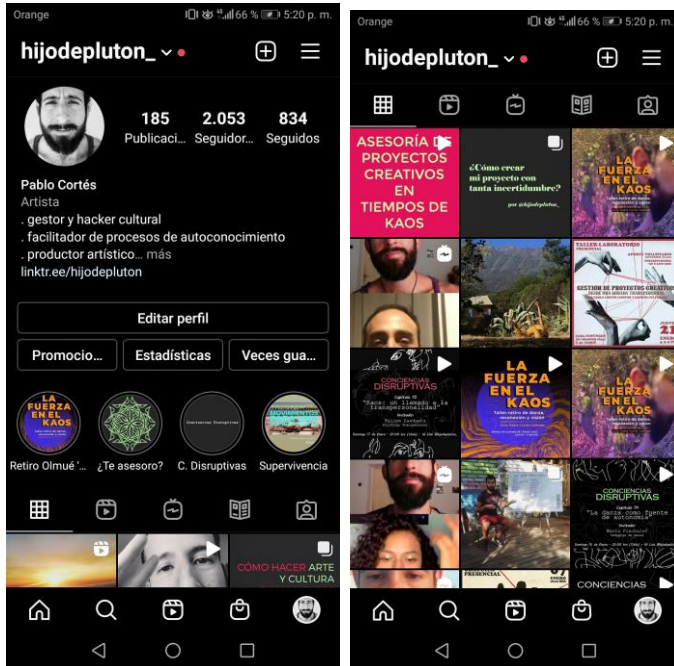
Al mismo tiempo que todo iba en marcha, fui mejorando el logo y profundizando en la estética visual, investigando en torno a los conceptos centrales del proyecto, asesorándome con mi colaboradora Florencia Aguilera. Asimismo, realicé una sesión de fotos en la ciudad donde me encontraba en ese momento (Gothenburgo).



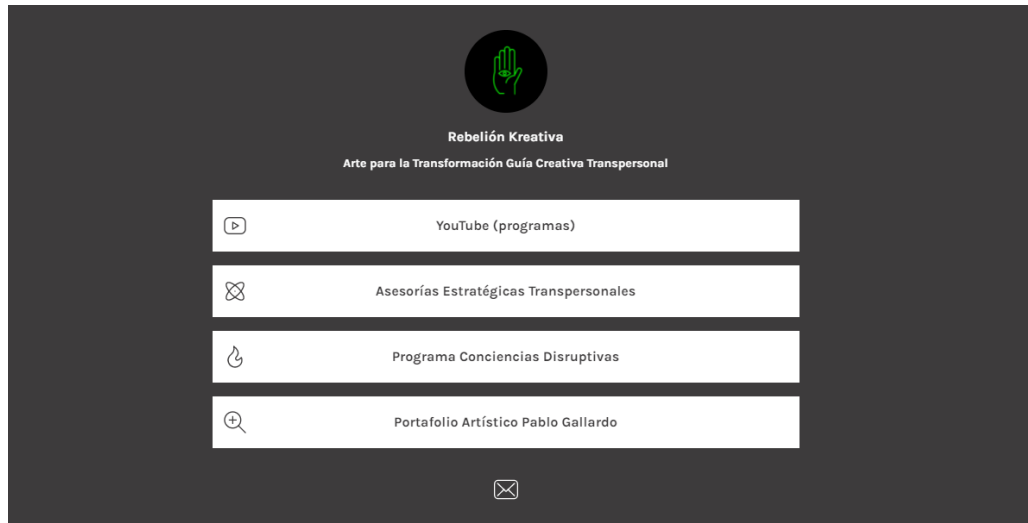


VI.6.2. DESARROLLO PLAN DE MARKETING

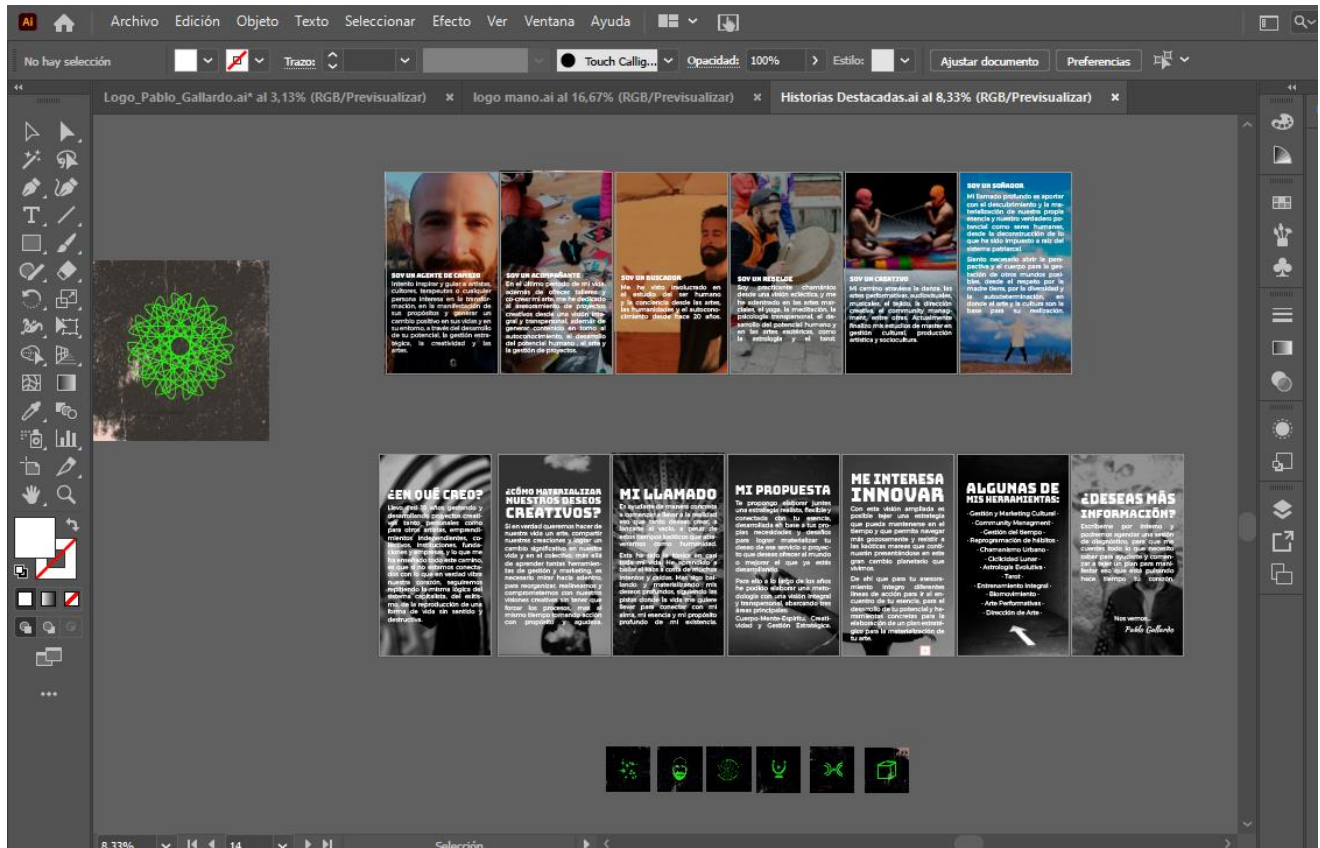
VI.6.2.1. PERFIL INSTAGRAM



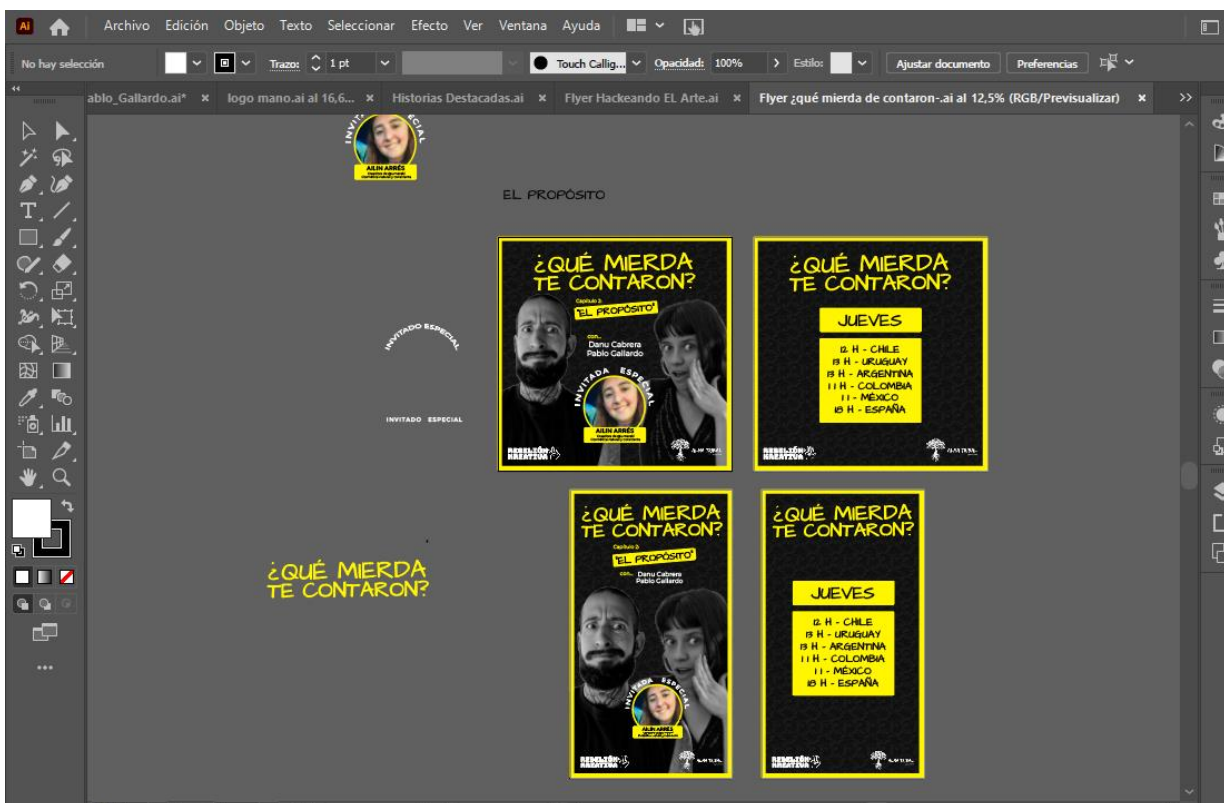
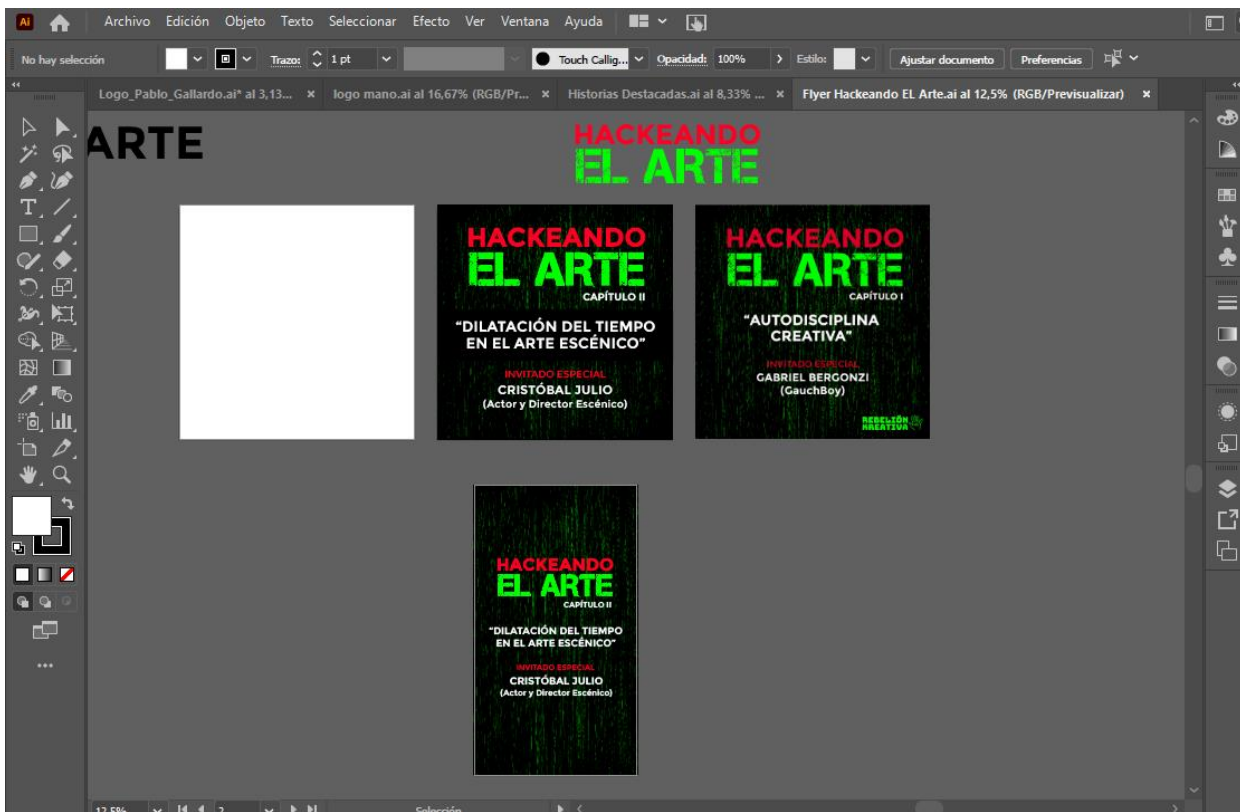
VI.6.2.2. WEBSITE LINKTREE

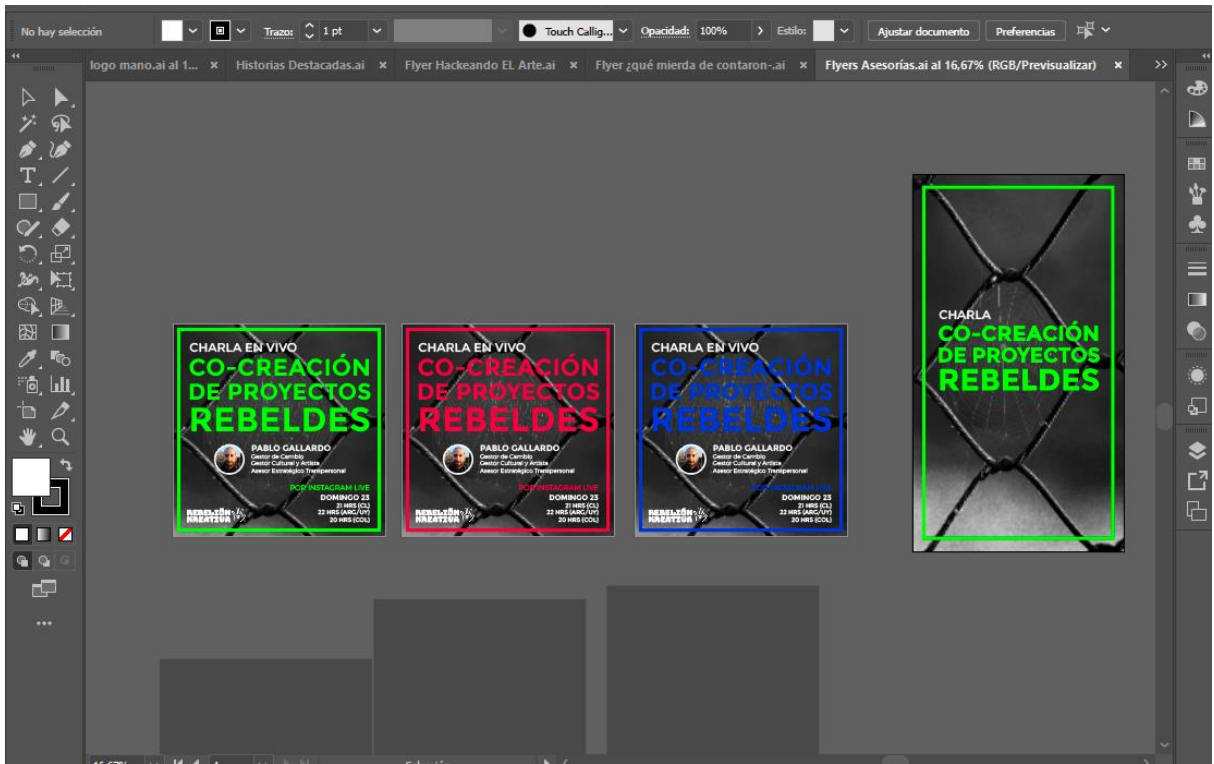


VI.6.2.3. DESARROLLO BIOGRAFÍA Y SERVICIOS DE ASESORAMIENTO

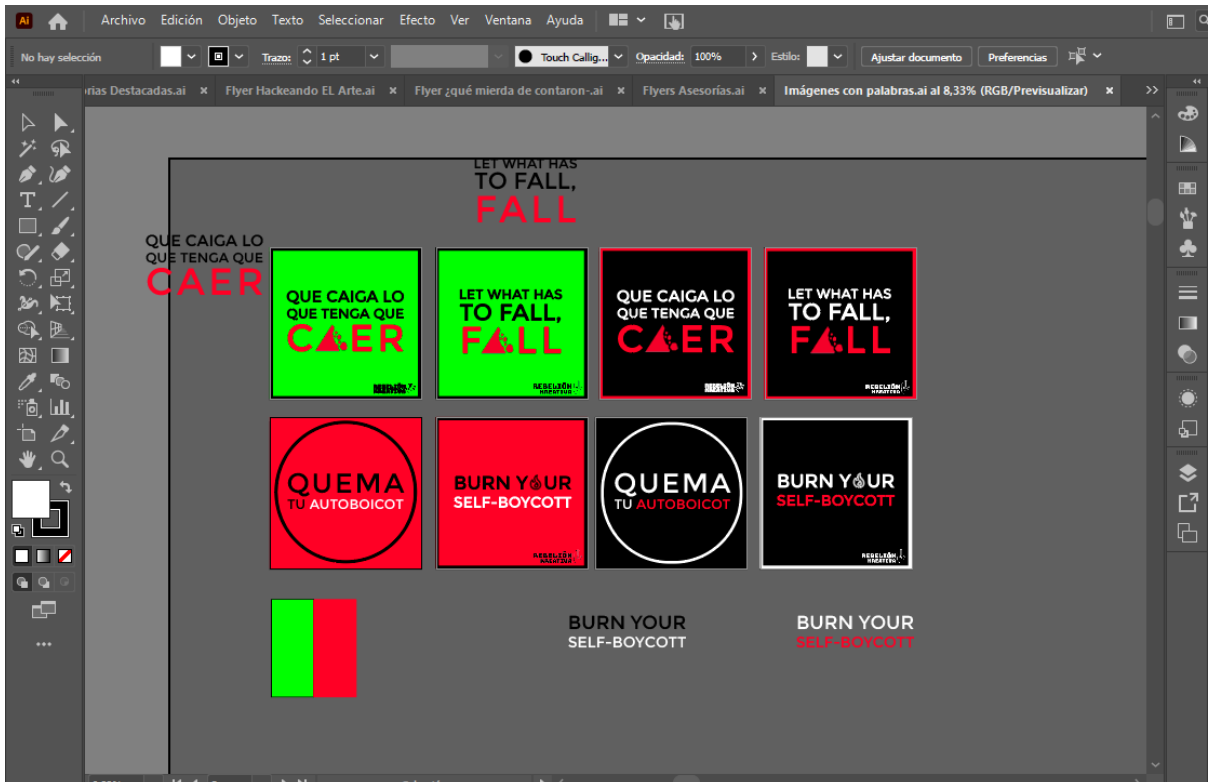


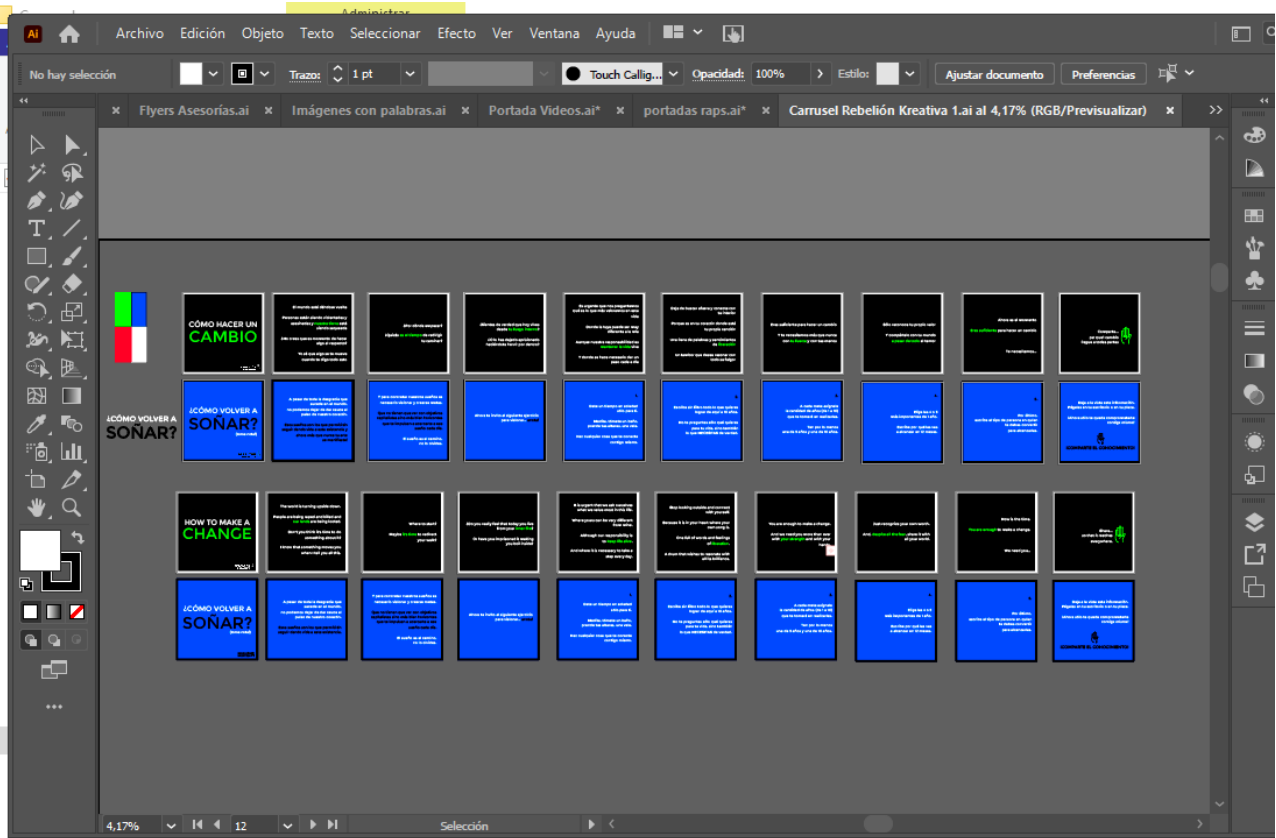
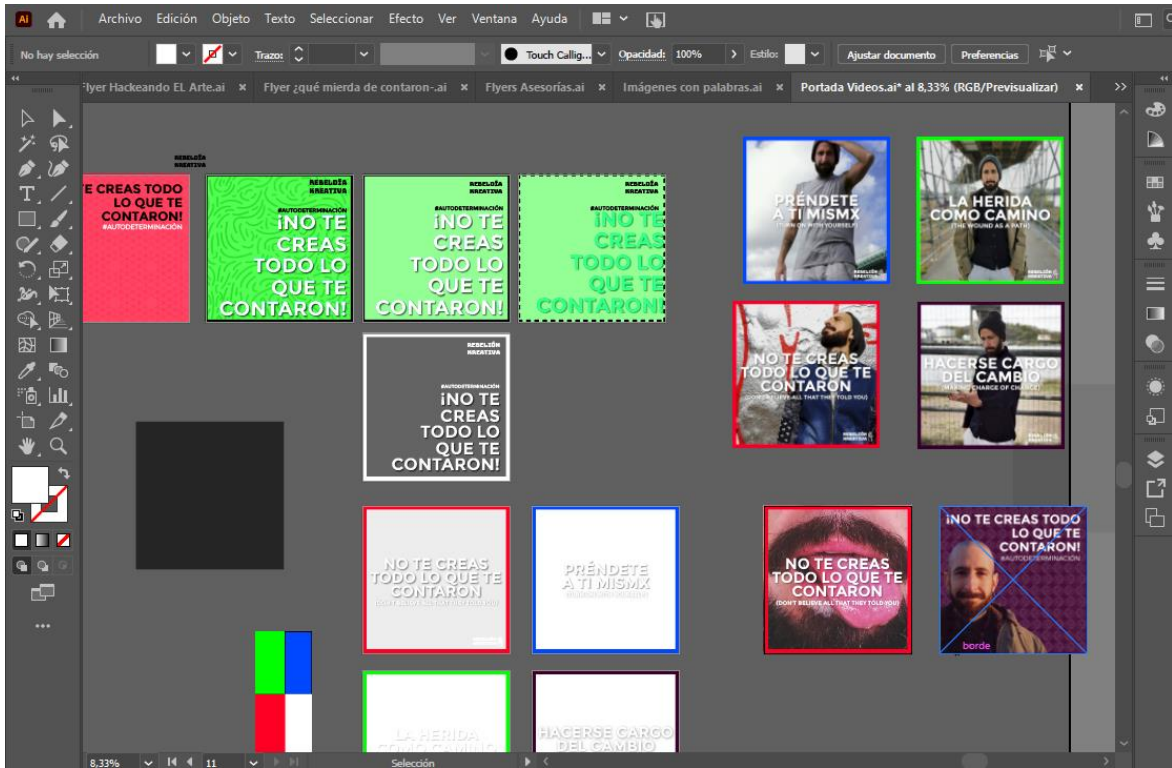
VI.6.2.4. CREACIÓN DE AFICHES O FLYERS



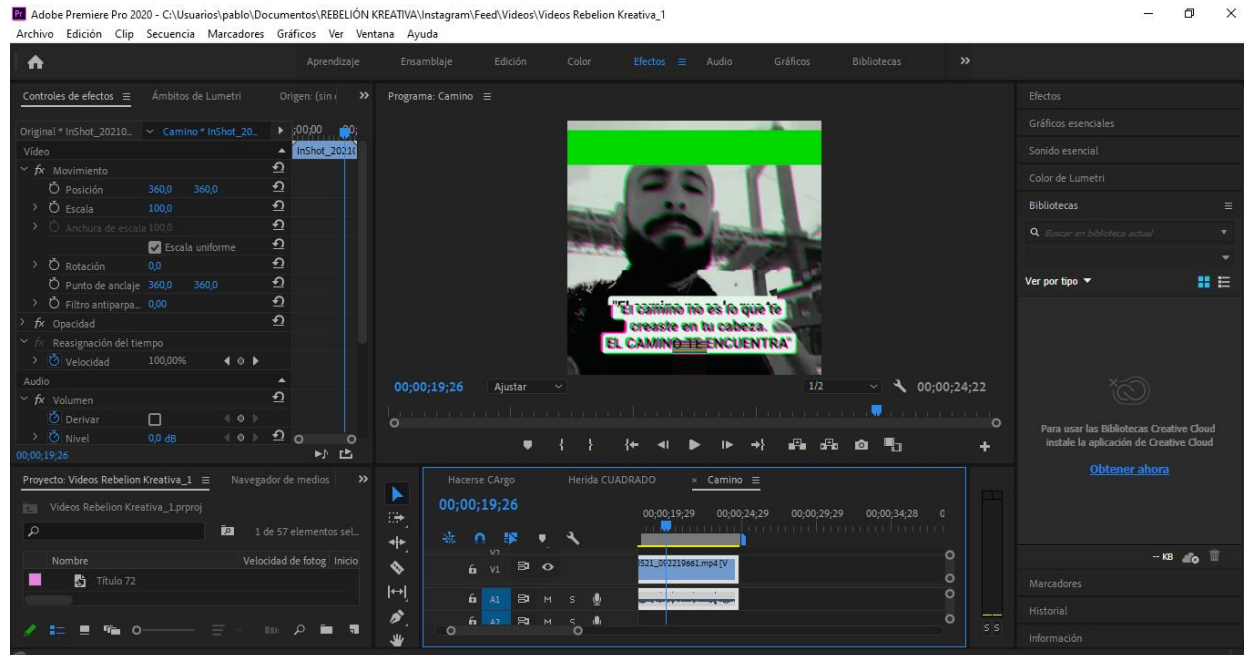
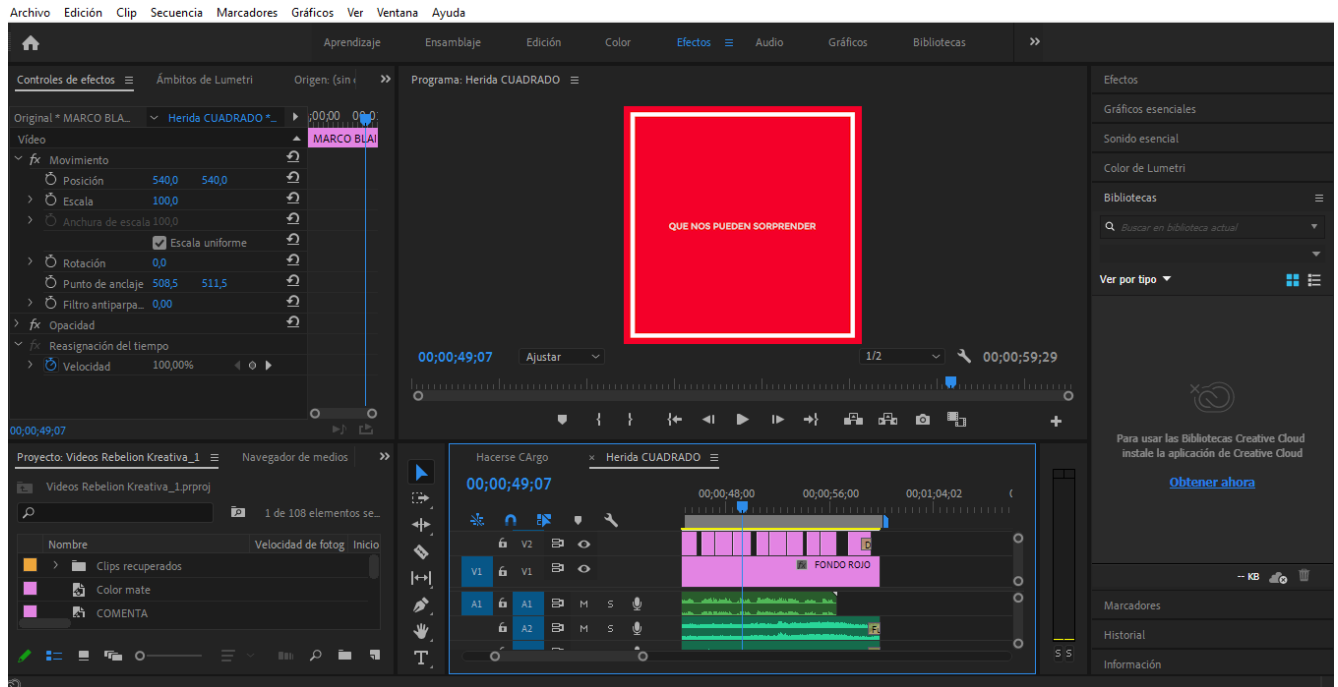


VI.6.2.5. CREACIÓN DE IMÁGENES Y PUBLICACIONES



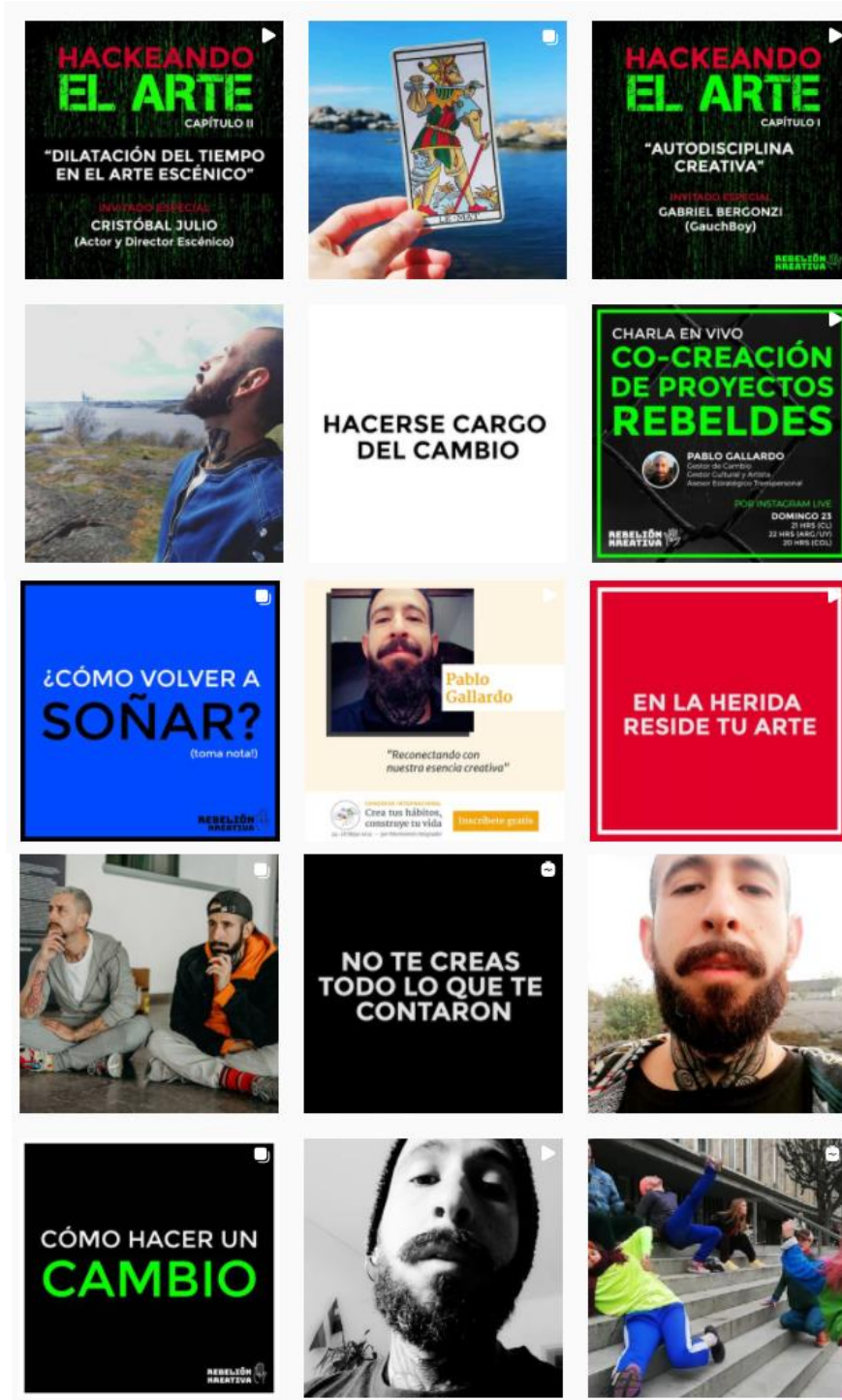


VI.6.2.6. CREACIÓN AUDIOVISUAL

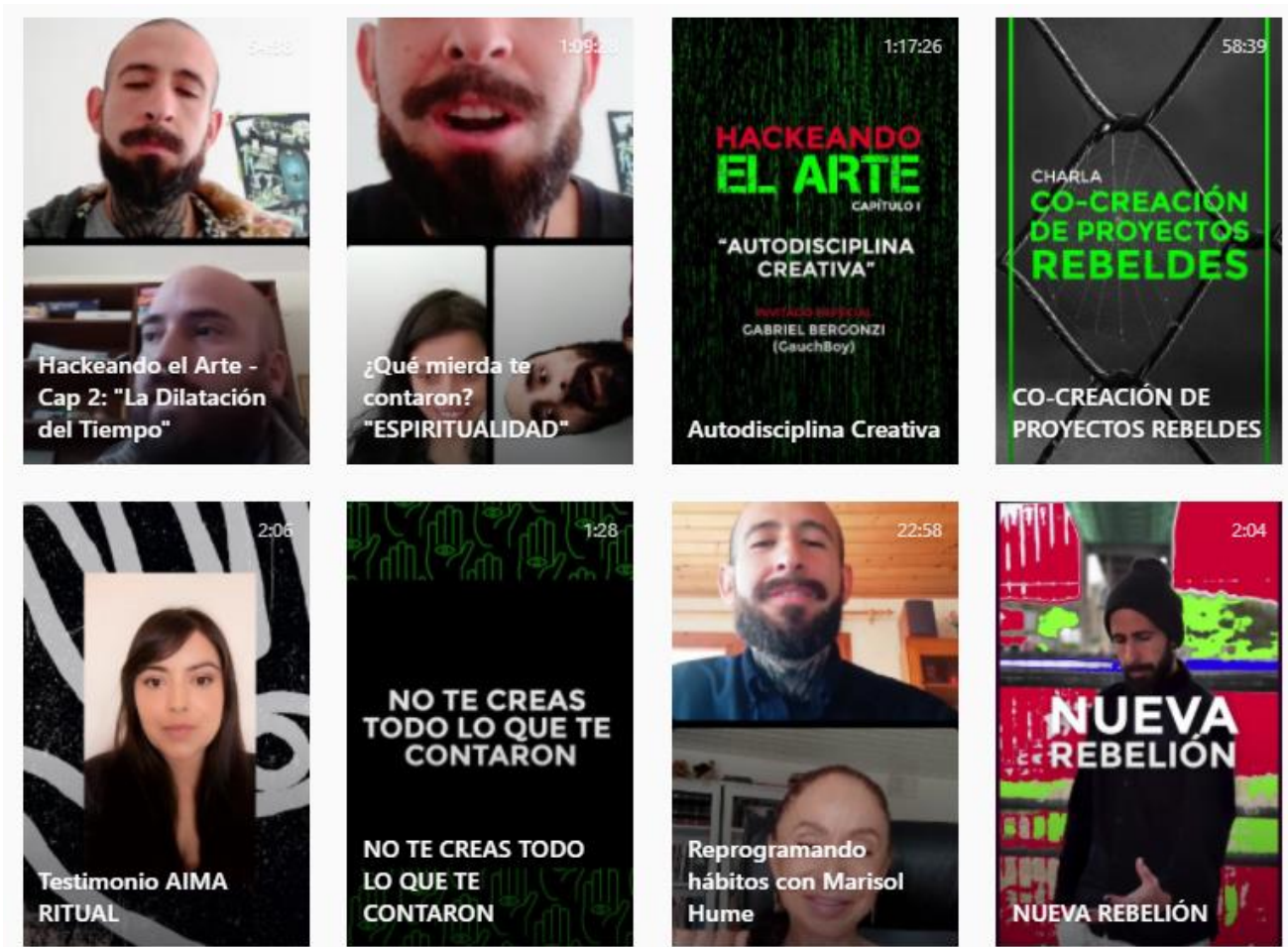


VI.6.2.7. DESARROLLO DE CONTENIDOS

PUBLICACIONES



VIDEOS Y LIVES



HISTORIAS



VI.7. SEGUNDA A CUARTA SEMANA DE JUNIO

VI.7.1. REINICIO DESPUÉS DEL FRACASO

Luego del esfuerzo realizado en las semanas anteriores, triplicando casi incluso la cantidad de contenidos y propuestas compartidas con mi comunidad virtual, los resultados no fueron los esperados.

La cantidad de reacciones a mis publicaciones bajaron en casi un 40%, la visita a mis historias también, incluso la cantidad de seguidores disminuyó en 1%. La cantidad de consultas para asesorías también bajaron.

Este acontecimiento hizo cuestionarme todo nuevamente y comencé a analizar parte por parte. Todo decía que había hecho lo correcto en cada modus operandis en torno al manejo de redes, que apliqué de la manera más “profesional” posible en esta experiencia en base a todos los anteriores de aprendizaje.

Bueno, no funcionó. Mi comunidad no estaba reaccionando y yo también me había estado saturando de información trabajando tanto virtualmente. Así que lo dejé reposar, incluso con la posibilidad abierta de desertar, pues al mismo tiempo se estaban abriendo otros proyectos presenciales.

Luego de varios días, iba trotando con la intención de poder conectar con alguna solución. Y en ese momento algo me dijo que tenía que soltar el conocimiento, especialmente con el tema de la gestión de proyectos y la autogestión. Me di cuenta que tenía una necesidad de compartir y de seguir la trama. De contar cómo lo he estado habiendo yo, un artista y gestor discapacitado y dónde la mayoría de mis propuestas no son acogidas por las políticas públicas de los estados occidentales. Tuve que reconocer mi lugar de resistencia a la industrialización y, por ende, de capitalización de la cultura y el mundo, y si he tenido que pasar por la academia nuevamente, ha sido para hackear el conocimiento y cuestionarme todo lo que se ha hecho al respecto en el medio de la gestión cultural.

Todo esto me hizo rebelarme y hacer algo que en un momento consideraba loco. Decidí cambiar radicalmente el plan de financiamiento. En vez de buscar los recursos a través de mis asesoramientos personalizados, lo cual era lo que más consideraba valioso (y por ende, más caro), ahora lo iba a liberar completamente, con tal de conectar con una cantidad más masiva de personas de mi comunidad, que aprendí que, si están interesadxs en la autogestión (que es disruptivo a la gestión cultural industrial), en general no cuentan con los recursos necesarios para formarse en ello y, a raíz de la pandemia, están pasando por dificultades económicas aún más profundas. Al igual que yo, sólo que yo tuve la rebeldía y astucia necesaria para poder encontrar las maneras de hacer este camino que venía intuyendo y creando desde joven.

Por lo tanto, cambié la forma de pensar: en vez de recibir recursos de sumas más altas de parte de pocas personas, lo cambié a intentar recibir sumas mucho más pequeñas, pero de manera más masiva.

Concretamente lo que ideé fue, 20 días después de mi última publicación en mis redes, abrir un taller de autogestión gratuito, sólo con la retribución del compromiso por compartir ciertas publicaciones en relación a otras propuestas pedagógicas o actividades remuneradas.

En este mismo impulso, entre rebeldía y de cansancio del mundo virtual, realicé una publicación sin pensarlo tanto, con la estética más simple que encontré, usando el propio Instagram, con una descripción completamente simple y directa. Incluso saqué el logo de mi perfil y lo remplacé por una imagen en blanco donde sólo sale escrito “fallo en el sistema”. Comencé a hackear mi propio proyecto públicamente.

La repuesta a todo esto fue mejor de lo que esperé. Tuve cientos de reacciones y más de 60 personas se inscribieron. De esas quedaron unas 30. Por la gran cantidad tuve que hacer 2 grupos por semana, 1 hora y media con cada uno.

Todo esto me abrió la posibilidad de comenzar a preguntarme cuáles serían las siguientes propuestas remuneradas a bajo costo que iba a ofrecer. Sin embargo, hubo un decante bastante significativo en torno a mi mirada de la gestión. Me di cuenta que ya tenía una comunidad a la cual dar mi servicio. No tenía que enfocarme ahora a los 2.000 seguidores de mi cuenta en Instagram, sino más enfocadamente a este grupo de 30 personas que se activó y comencé a conocer mucho mejor.

En un momento creí que el haber cambiado tanto mi proyecto los últimos años, eso iba a hacer que ya nadie me reconociera. Sin embargo, varias de las personas que he conocido hasta ahora me han dicho que me siguen hace mucho tiempo y mi manera de ver las cosas. Es por esto que me inspiró a seguir en esa escucha, de cómo poder aportar, ahora sin la exigencia de pensar tan masivamente. Debo seguir conociendo a la gente que estoy atrayendo.

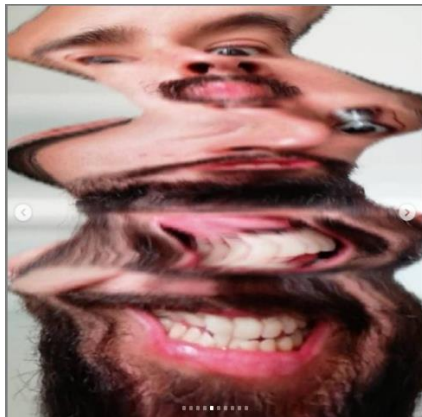
VI.7.2. DESARROLLO DE CONTENIDOS



Escribame por interno
que empezaremos
pronto
(dura aprox 2 meses)

Lo único que solicito
como trueque es
ayudarme a compartir
mis futuras
publicaciones

Por mi parte estoy en
procesos de
cambio...algo mas o
menos así...



Así quede después del
eclipse y aun saliendo



Y lo mismo con este
proyecto que se está
sacando otra piel
nuevamente

Ese es el real camino
de Autogestión de
proyectos...un camino
de transformación
constante...si es que
quieres mantenerte en
el tiempo

Así que aprovecha esta
experiencia que abro
que no sé si la repetiré



VI.7.3. TALLER DE AUTOGESTIÓN

The screenshot shows a YouTube channel page for 'Rebelión Kreativa'. The channel name is 'Taller de Autogestión Creativa', with 5 videos and 82 views, updated today. The page features a list of videos under the heading 'ORDENAR'. The videos are:

- Taller Autogestión - Sesión 1 (Jueves) - 1:38:30
- Taller Autogestión - Sesión 1 (sábado) - 1:32:00
- Taller de Autogestión - Sesión 2 (Grupo 1) - 1:42:45
- Taller de Autogestión - Sesión 2 (Grupo 2) - 1:24:25
- Taller de Autogestión - Sesión 3 (Grupo 1) - 1:38:25

The left sidebar shows navigation options: Principal, Explorar, Suscripciones, Biblioteca, Historial, Tus videos, Ver más tarde, and Taller de Autogestión... (selected). Below this are subscription options for Música, Deportes, and Más suscripciones.

The screenshot shows a Zoom meeting titled 'Taller Autogestión - Sesión 1 (sábado)'. The meeting is in progress, with a video player interface at the bottom showing a progress bar at 58:27 / 1:31:59. The meeting grid displays several participants:

- Top row: A woman with glasses, a man with a beard, and a woman with long hair.
- Middle row: A woman with dark hair, a man with dark hair, and a woman with dark hair.
- Bottom row: A woman with glasses, a grey profile icon, and a black square.

The video player interface includes standard controls: play/pause, next, volume, a progress bar, a dropdown menu, and settings/full screen icons.

VI.8. PRIMERA Y SEGUNDA SEMANA DE JULIO

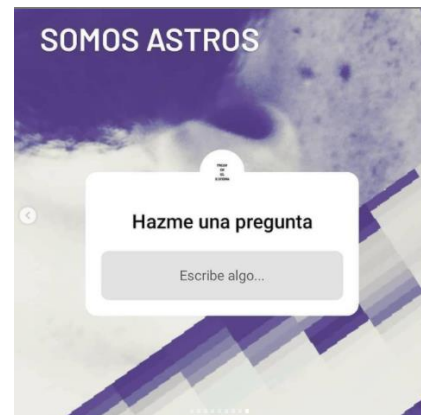
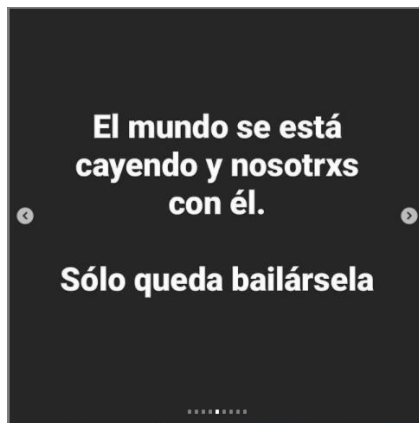
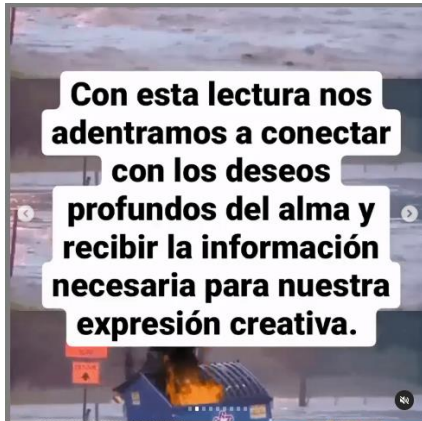
Luego de un par de semanas de desarrollo del taller, decidí ofrecerles a todxs lxs integrantes, lecturas de carta natal enfocadas a sus procesos creativos, a casi a la mitad de su valor. Asimismo, lo compartí por mis redes y les solicité que lo compartieran en sus redes.

El resultado fue llenar mi agenda de lecturas durante 2 semanas.

Comencé a tener más visitas, más personas veían mis historias y recibía más mensajes. También comencé a recibir más dinero.

También comencé a reencontrarme con mi propia estética, dejando tanto de planear y comenzando a jugar. Estoy encontrando mi propio ritmo, sin forzar y tampoco sin limitar tanto el impulso a comunicar como sea, desde dónde se pueda y con el tiempo que se tenga.





VII. EVALUACIÓN

A partir del trabajo realizado a través de todo el proceso que transcurrió entre principios de abril y mediados de julio (2021) fue posible materializar los objetivos de este proyecto.

Por un lado, me planteé crear e implementar un plan de gestión específico para el desarrollo del canal virtual, que involucrara un plan estratégico, un plan de marketing, un plan de comunicación, un plan financiero y aspectos legales. En este sentido, todo lo anterior fue desarrollado, excepto el plan financiero y los aspectos legales, a raíz de que aún el proyecto está en fase de prueba de los mecanismos de financiamiento, especialmente a raíz de la última experiencia en el cambio en cómo obtener recursos. Más allá de esto, todos los planes realizados, y que compartí anteriormente, siguen en revisión y en prueba.

Otro de los objetivos específicos que me propuse fue, paralelamente, comenzar a desarrollar y publicar contenidos, propuestas creativas y servicios a través del canal virtual. Lo cual se pudo cumplir a cabalidad durante todo el proceso.

Haciendo un catastro, el contenido realizado entre la primera semana de abril y la segunda de julio (2021) fue:

Nº	Acciones	Cantidad
1	Publicaciones con imagen y texto	14
2	Publicaciones con video y texto	9
3	Flyers y videoflyers	8
4	Lives	11
5	Canciones	2
6	Charlas	2
7	Entrevistas dadas	3
8	Talleres	1
9	Asesorías personalizadas	3
10	Lecturas Astrológicas	9
	TOTAL	62
11	Historias	876

Por lo tanto, puedo decir que a través de estas acciones he podido cumplir mi objetivo general de este proyecto, que consistía en desarrollar mi comunidad virtual de habla hispana a través de un canal en redes sociales, el cual tiene como propósito el aportar al desarrollo del potencial humano y la elaboración de proyectos creativos, motivando a las personas a conectar con su poder personal y sus propósitos evolutivos, a través del autoconocimiento espiritual y el desarrollo de la creatividad.

En este sentido, estoy muy conforme con los resultados obtenidos, más allá que el proyecto actualmente se encuentra en revisión general, para aplicar nuevos cambios respecto a todo este proceso anterior de 3 meses.

VIII. CONCLUSIONES

Haciendo una retrospectiva de todo este proceso, y recordando anteriormente los objetivos específicos de esta experiencia de gestión cultural, puedo decir que todo lo propuesto se ha cumplido. Claramente no de la forma que imaginé, mas, ha sido muy revelador evidenciar al hacer consciente que lo que creamos está vivo, y si lo escuchamos y nutrimos comienza a transformarse y a comunicar.

Como compartí anteriormente, logré ir tejiendo un plan de gestión a modo de laboratorio experimental, lo fui creando y recreando mientras lo iba compartiendo y probando, en el ensayo y el error, con mis comunidades.

A pesar de que no pude registrar y categorizar todo lo desarrollado a causa de falta de tiempo y recursos, pude ir desarrollando en la práctica cada plan específico del plan de gestión. Sin embargo, no finalicé estructurando este plan al largo plazo, pues el proyecto sigue en proceso de cambio a raíz de la última experiencia de prueba estos últimos 3 meses.

La escuela del fracaso, al cual yo adscribo y es lo que enseño como base para la gestión cultural, y especialmente para la autogestión y que he aplicado para este proyecto, me ha permitido abrir mi perspectiva para ver el trabajo creativo como un proceso artístico, en donde en la marcha vamos viendo los resultados y retroalimentándonos en base al ensayo y el error constantes, lo cual involucra, asimismo, una transformación y sofisticación constantes. Este modo de operar abre la oportunidad de, realmente, dejar que esa creación o proyecto, sea cual sea, se vuelva vulnerable y se pueda encontrar con la otredad, para abrirse y transformarse, al mismo tiempo para encontrar su propia esencia.

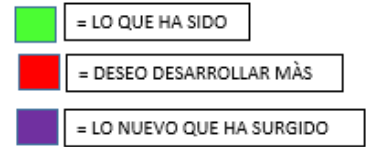
En este proceso me he encontrado con la búsqueda de mi propia manera de comunicar, mi propio tiempo, mi propio flujo, intentando echar abajo cualquier fórmula exitista en torno al manejo de redes sociales. Sigo investigando sobre ello, en cómo integrar mis saberes y encontrar maneras creativas de comunicarlas, al mismo tiempo que pueda generar recursos con ello.

Me pude dar cuenta, y comprobar nuevamente, que “echando a perder se aprende”, pues luego de una gran planificación y producción de este proyecto, me di cuenta que no era la manera de hacerlo, sino más bien tenía que soltar toda pretensión y comenzar a compartir más directamente lo que puedo entregar hoy.

No obstante, y como mencioné anteriormente, estoy entrando a un nuevo proceso de revisión y de trabajo sobre todo lo hecho anteriormente, es decir, aún estoy en proceso de evaluación para ir decidiendo cómo seguir.

Estoy comenzando desde el inicio nuevamente, por ejemplo, revisando mis visiones y conceptos claves:

Categorización Brainstorming



Asimismo, estoy replanteando la estética, la forma de cómo y cuánto comunicar, los talleres que deseo realizar y los conceptos que quiero desarrollar, pues ha surgido en mí en este proceso, la necesidad de enfocarme cada vez más en el arte, especialmente en el arte escénico. Es por ello que estoy creando nuevas alianzas y generando nuevos proyectos colaborativos, especialmente con artistas que desean cuestionarse las actuales formas de gestión y de creación.

En este proceso pude conocer en mayor medida a las personas de mi comunidad virtual que me rodeaban y tomé conciencia de que han estado siempre ahí y sólo he sido yo el responsable de cómo he estado llegando a ellxs. Por lo tanto, me he planteado seguir depurando mi propia comunicación, intentando sacarme máscaras innecesarias y accionar mucho más desde la espontaneidad y el instinto, es decir, sin darle tantas vueltas a las cosas y seguir en el intento del ensayo y el error. En otras palabras, intentando no tomármelo tan en serio y comenzar a jugar más, a pesar de que dependo, en parte, de este proyecto para subsistir.

También terminé muy satisfecho de este proceso, pues me di la oportunidad de probar muchas cosas y liberarme de ciertos cuestionamientos y miedos que no me estaban dejando fluir de la mejor forma. Asimismo, me di cuenta de que soy capaz de generar mucho material creativo en poco tiempo. Mas, lo más importante es que estoy cumpliendo el propósito que me propuse cuando inicié

este magister, el de levantar un proyecto que me permitiera viajar por el mundo, y, a pesar de que fue muy diferente a cómo lo visualizaba, así ha sido.

Finalmente puedo decir que ahora me siento mucho más claro con lo que deseo materializar y, por ende, comenzar a crear un modelo de gestión que se ajusten mejor a mis necesidades, tomando en cuenta que voy poco a poco habituándome a este nuevo estilo de vida que implica el trabajo virtual pero también el presencial.