

# Horizontes

de la GESTIÓN CULTURAL



MAESTRÍA  
EN GESTIÓN  
Y DESARROLLO  
CULTURAL



UNIVERSIDAD DE  
GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño

## Cintillo legal.

***Horizontes de la Gestión Cultural.*** Año 5, No. 10, Julio-diciembre 2025, es una revista de publicación semestral editada por la Universidad de Guadalajara, a través de la Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural, por el Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño. Calzada independencia Norte #5075, Huentitán El Bajo, C.P. 44250, 3312023000, <https://horizontesgestioncultural.cuaad.udg.mx/index.php/horizontesgestionc/index> horizontes@cuaad.udg.mx, Editor responsable: Mtra. Julia Edith Díaz Escobell. Reserva de Derecho al Uso Exclusivo 04-2021-101513532100-102, ISSN: 3061-8029, otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural del CUAAD, Calzada independencia Norte #5075, Huentitán El Bajo, C.P. 44250, Guadalajara, Jalisco, México. Mtra. Eva Guadalupe Osuna Ruiz. Fecha de la última actualización: 30 de junio 2025.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad de Guadalajara.

## La colaboración interinstitucional y la gestión cultural como estrategias de la responsabilidad social empresarial para el desarrollo sostenible de la cultura.

Interinstitutional collaboration and cultural management as corporate social responsibility strategies for the sustainable development of culture.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 03/10/2025 Revisión: 17/11/2025 Aprobación: 04/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.e0024

### Laura Dueñas Aragón

Universidad Anáhuac Cancún. México

[laura.duenas9461@alumnos.udg.mx](mailto:laura.duenas9461@alumnos.udg.mx)

<https://orcid.org/0009-0008-7853-7066>

### Resumen:

En los últimos años, la sostenibilidad ha trascendido sus dimensiones ambiental, económica y social para incorporar también la esfera cultural, entendida como raíz social y base del desarrollo humano. La sostenibilidad cultural implica la capacidad de una comunidad para preservar, promover y renovar sus expresiones culturales de manera que perduren en el tiempo y contribuyan a mejorar sus condiciones de vida, trabajo, economía e integración social. En consecuencia, el entorno cultural configura la educación, prácticas y modos de vida de las personas. Cuando la cultura se gestiona de forma colaborativa entre instituciones, es posible generar impactos significativos en el desarrollo social, tanto a nivel local como global. Este artículo examina cómo la colaboración interinstitucional entre organismos públicos, empresas, ONG y sociedad civil, articulada mediante una gestión cultural adecuada, puede convertirse en una estrategia central de la responsabilidad social empresarial, orientada a fortalecer una cultura sostenible. Ello incluye la formulación de políticas empresariales sensibles al ámbito cultural, la preservación de tradiciones, el impulso al trabajo creativo y la promoción de la innovación con criterios de rentabilidad social y económica. El análisis demuestra que la cooperación entre entidades es esencial para que la cultura no solo se conserve, sino que prospere de manera inclusiva y duradera.

**Palabras clave:** Colaboración interinstitucional. Gestión cultural. Responsabilidad social empresarial. Desarrollo sostenible. Sostenibilidad cultural. Políticas culturales.

### Abstract:

In recent years, sustainability has transcended its environmental, economic, and social dimensions to also incorporate the cultural sphere, understood as the social root and basis of human development. Cultural sustainability implies a community's ability to preserve, promote, and renew its cultural expressions so that they endure over time and contribute to improving its living conditions, work, economy, and social integration. Consequently, the cultural environment shapes people's education, practices, and ways of life. When culture is managed collaboratively between institutions, it is possible to generate significant impacts on social development, both locally and globally. This article examines how inter-institutional collaboration between public bodies, companies, NGOs, and civil society, articulated through appropriate cultural management, can become a central strategy of corporate social responsibility, aimed at strengthening a sustainable culture. This includes the formulation of culturally sensitive business policies, the preservation of traditions, the promotion of creative work, and the promotion of innovation with social and economic profitability criteria. The analysis shows that cooperation between entities is essential for culture not only to be preserved but also to flourish in an inclusive and lasting manner.

**Keywords:** Inter-institutional collaboration. Cultural management. Corporate social responsibility. Sustainable development. Cultural sustainability. Cultural policies.

## Introducción

El concepto de sostenibilidad, que normalmente asociamos con cuidar el medio ambiente, ahora se está expandiendo a otras áreas, como la cultura. En este sentido, la sostenibilidad cultural significa que una comunidad puede mantener, promover y renovar sus expresiones culturales de manera que duren en el tiempo, beneficiando tanto a la sociedad como a la economía. La gestión cultural es clave en este proceso, y cuando diferentes instituciones trabajan juntas de forma colaborativa, pueden convertirse en una herramienta muy poderosa para crear un ecosistema que promueva la creatividad, facilitando recursos, espacios y oportunidades que permitan lograr un desarrollo cultural que sea sostenible a largo plazo.

Este documento parte de la importancia de una definición de cultura enfocada en el progreso y coexistencia de una sociedad y de su propia sostenibilidad. Asimismo, plantea como objetivo analizar cómo la colaboración interinstitucional y los modelos de gestión cultural pueden fortalecer las estrategias orientadas al desarrollo sostenible de la cultura, siguiendo con el estudio del mérito que tienen las alianzas de colaboración interinstitucional, ya sean del sector público, privado y social, como herramientas que permiten a las empresas contribuir de manera efectiva al desarrollo sostenible de la cultura, potenciando recursos, conocimientos y capacidades.

El enfoque de investigación es de tipo descriptivo, el cual, de acuerdo con Hernández Sampieri (Sampieri et al., 2014), consiste en presentar la información tal cual es, indicando cual es la situación en el momento de la investigación analizando, interpretando, imprimiendo, y evaluando lo que se desea, en este caso, conocer el efecto positivo de la colaboración interinstitucional y la adecuada gestión cultural, ambos factores a favor del desarrollo sostenible de la cultura. Adicionalmente, este estudio se desarrolla bajo un planteamiento de tipo mayormente cualitativo, ya que parte de la comprensión y análisis de los fenómenos sociales y culturales, de sus acciones y comportamientos de los involucrados, a partir de la revisión de trabajos académicos y casos de estudio, para identificar diferentes prácticas y experiencias, que permitan caracterizar puntos claves que se deben de considerar para poder lograr que la sinergia sea exitosa.

## La cultura: motor sostenible de cambio social

Es bien conocido que la cultura es un factor clave en el desarrollo sostenible y para asegurar el éxito del cambio social. La cultura representa el patrimonio, que es la base para determinar el futuro. Pero ¿por qué lo damos por hecho?, si aún existen sociedades en pleno siglo XXI que no involucran el sector cultural en su prioridad como crecimiento social y económico. Por esta razón, es necesario precisar qué significa cultura, pues el concepto no se reduce al arte, sino que engloba las formas de pensar, actuar y convivir que caracterizan a una sociedad. Al entenderla de manera amplia, se vuelve evidente cómo influye

en la forma en que las personas perciben los cambios, adoptan nuevas prácticas y participan en procesos colectivos, mismos que resultan decisivos para impulsar cualquier iniciativa orientada al desarrollo.

Partamos entonces, del concepto de cultura expuesto por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO, 2012): “Conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. La cultura engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

La cultura da forma a los individuos y a las sociedades, fomentando la unidad a través de valores y tradiciones compartidos. Ante los retos mundiales como los conflictos, las epidemias, el cambio climático y los avances tecnológicos, la UNESCO insiste en la necesidad de preservar la cultura tanto para los individuos como para las sociedades. Entre sus iniciativas culturales incluyen la salvaguardia de los sitios históricos, la promoción de la creatividad, el apoyo a la innovación artística, la preservación de la diversidad a través del patrimonio vivo e inmaterial, y el tratamiento de la importancia de mantener los empleos culturales y los medios de subsistencia en la economía creativa (UNESCO, 2012).

La UNESCO está convencida de que ningún desarrollo puede ser sostenible sin un fuerte componente cultural. De hecho, sólo un enfoque del desarrollo centrado en el ser humano y basado en el respeto mutuo y el diálogo abierto entre culturas puede conducir a una paz duradera.

Es interesante hacer mención de la perspectiva de sustentabilidad de estas concepciones ya que contribuyen al desarrollo integral del ser humano en los ámbitos económico, sociocultural y ambiental, además de promover su preservación para las futuras generaciones. Un referente importante de ello es la Agenda 21 de la Cultura Local aprobada en el año 2004 en Barcelona España, donde ciudades y gobiernos del mundo participaron en la construcción del documento, donde definen principios y acciones que los gobiernos locales deben considerar en el diseño e implementación de su política pública con el propósito de promover el desarrollo cultural y sostenible a nivel local (Mariscal Orozco et al., 2024). Este documento se fundamenta en el reconocimiento de la cultura como un elemento clave para el bienestar social, para lo cual es importante la consideración, entre otras, de la diversidad, la participación ciudadana, la creatividad y la cohesión territorial. Ha servido de marco de referencia en los procesos de diseño de políticas culturales en diversos países en los últimos veinte años.

Por ello, al hablar de políticas culturales en Iberoamérica, es esencial reconocer la multiplicidad de actores y procesos que contribuyen a la configuración de la cultura en la región, más allá de las acciones del Estado. Desde este punto de partida es relevante considerar la definición de políticas culturales de García Canclini (2001):

Los estudios recientes tienden a incluir bajo este concepto al conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social. Pero esta

manera de caracterizar el ámbito de las políticas culturales necesita ser ampliada teniendo en cuenta el carácter transnacional de los procesos simbólicos y materiales en la actualidad (p. 65).

Además de su relevancia social, la cultura también tiene una influencia considerable sobre la economía y política económica, convirtiendo a las industrias creativas como un referente que ha generado un mayor índice de crecimiento de la economía en muchos países en las últimas décadas, por ello, la importancia de que la integración cultural también se active en comunidades locales, como el siguiente ejemplo que se presenta continuación.

En una pequeña comunidad de artesanos en Oaxaca, México, un grupo de emprendedores locales enfrentó el desafío de atraer turistas sin perder la esencia de su cultura. Al implementar un programa de integración cultural, la cooperativa Los Colores de Oaxaca no sólo logró aumentar sus ingresos un 30% en un año, sino que también creó un espacio donde los visitantes podían aprender sobre la tradición del tejido y el arte de la alfarería. Este esfuerzo no solo benefició a los artesanos, sino que incrementó un sentido de comunidad, permitiendo que los valores y las historias de cada miembro destacaran en un entorno colaborativo. La experiencia de "Los Colores de Oaxaca" subraya que, al fomentar la integración cultural, las empresas pueden encontrar un enfoque sostenible que respete y celebre las tradiciones locales, mientras generan un impacto económico positivo (vocol.com, s. f.).

Aquí se puede observar cómo la unión de esfuerzos entre diferentes sectores permite la creación de sinergias que multiplican los recursos disponibles para generar, además de desarrollo económico, un reforzamiento y posicionamiento de su identidad como esencia de su comunidad.

En un mundo globalizado se hace evidente que trabajar con otros, desarrollar proyectos conjuntamente y compartir enfoques se vuelve esencial para lograr un impacto significativo. A nivel cultural, la colaboración interinstitucional resulta especialmente valiosa, pues puede convertirse en una herramienta clave para el empoderamiento artístico de una sociedad. Desde esta mirada, comprender la cultura como un entramado dinámico de prácticas, valores y sentidos compartidos permite reconocer su papel central en los procesos que se explorarán más adelante en este artículo, donde la cultura operará como un eje articulador para entender cómo se generan, fortalecen y transforman las iniciativas colectivas en el contexto artístico y social.

### **La colaboración interinstitucional y sus beneficios**

De acuerdo a la referencia del ejemplo anterior, donde se menciona el caso de éxito de turismo cultural de artesanos en una comunidad oaxaqueña a partir de la iniciativa de un grupo de empresarios, es decir, de organizaciones no gubernamentales

(ONG), se puede observar que hoy en día, es más común que este tipo de organizaciones están reconociendo la importancia de las colaboraciones estratégicas para el desarrollo comunitario y el efecto dominó que generan en la economía, en la sociedad y en el entorno activo de una población, formando parte de una colaboración interinstitucional.

La colaboración interinstitucional es la suma de esfuerzos conjuntos de diferentes organizaciones, gobiernos, empresas y comunidades para lograr objetivos comunes. La tendencia de querer participar en experiencias significativas es un paso positivo hacia un impacto más profundo en la comunidad. Al seleccionar y gestionar estas colaboraciones de manera adecuada, no solo se maximizan los beneficios, sino que también se asegura que el trabajo realizado sea realmente significativo. Además, tener la habilidad de identificar y manejar estas colaboraciones puede ser una gran ventaja competitiva para todos los involucrados. En este contexto, al ser la cultura reconocida como un pilar fundamental para el desarrollo social y económico, las instituciones, empresas y demás actores tienen un papel cada vez más relevante en la promoción y protección del patrimonio cultural. La responsabilidad social empresarial ha evolucionado más allá de las acciones filantrópicas, incorporando estrategias que buscan un impacto positivo en la comunidad y en el entorno cultural.

Aunque las alianzas pueden cambiar y evolucionar con el tiempo, es recomendable iniciar el proceso con una idea clara de lo que se desea lograr. En resumen, cada actor involucrado debe empezar por revisar su identidad y definir el valor estratégico que las alianzas colaborativas tienen para ella, la famosa cadena de valor, donde la colaboración se considera como una herramienta más para alcanzar los objetivos de su organización, llegando a convertirse en una estrategia de proyección de responsabilidad social que también favorezca su imagen pública y a cómo se percibe así misma y se relaciona con su entorno.

Las motivaciones para emprender colaboraciones son variadas, e incluyen, entre otras, las siguientes: 1) Oportunidad para incrementar los recursos, tanto financieros como medidos en habilidades y competencias, para poner en movimiento recursos inactivos; 2) Oportunidad para generar capacidad institucional por medio de la puesta en común de recursos en aras de un mismo objetivo, la explotación de enfoques complementarios y la generación de innovaciones, el aprendizaje recíproco y la difusión de buenas prácticas; 3) Oportunidad de acceder a espacios de acción antes desatendidos (ampliación de la cobertura) y a contactos, interlocutores e incluso financiadores nuevos y, 4) Oportunidad de reforzar la legitimidad de una causa, mediante su instalación más contundente en la arena pública. (Comunicación y Desarrollo (ICD) de Uruguay, 2015).

En resumen, colaborar con diversas organizaciones (como organizaciones de la sociedad civil, entidades gubernamentales, organismos internacionales y empresas privadas) proporciona atractivas ventajas en aspectos como legitimidad, visibilidad social, eficiencia, efectividad, calidad de las intervenciones, expansión de áreas de acción y acceso a una mayor cantidad de recursos, habilidades y competencias.

Bajo este tenor, La Piana Consulting (2015) ofrece una clara representación gráfica designada como mapa colaborativo de la variedad de opciones de colaboración disponibles, mismo que se muestra a continuación:

Figura 1. Mapa Colaborativo



Fuente: Tomado de La Piana Consulting (2015).

Este mapa colaborativo inicia desde afuera hacia adentro del círculo; cada opción representa un grado mayor de compromiso en el largo plazo. La forma más básica, visible en el círculo externo, es designada simplemente como colaboración; le siguen las acciones coordinadas, las alianzas y la reestructuración estratégica.

Como se ha ido analizando en este artículo, las alianzas formadas por diferentes grupos, ya sean del sector público o privado, se convierten en catalizadores económicos, de identidad, de cohesión social de una comunidad, tal es, por ejemplo, El Festival Multicultural anual DiverseCity, que se realiza anualmente en Isla del Príncipe Eduardo, provincia de Canadá y es organizado por la IRSA (Asociación de Servicios para Migrantes y Refugiados) en colaboración con fundadores, patrocinadores, voluntarios y socios comunitarios del gobierno y municipio. El Festival celebra la diversidad de culturas que viven en la Isla y muestra la comida, música y danza en vivo, demostraciones de talentos y habilidades, y artes y artesanías que representan las

culturas de inmigrantes y naciones originarias por iniciativa de un pequeño grupo de emprendedores. Desde su primera edición en 2007, este evento ha atraído a más de 15,000 visitantes y ha crecido anualmente, celebrando la diversidad de más de 50 culturas diferentes. Un aspecto crucial de su éxito ha sido la colaboración con organizaciones comunitarias y líderes de diversas comunidades. La clave radica en crear un espacio inclusivo donde las personas no solo puedan compartir sus tradiciones y gastronomía, sino también aprender unas de otras. Estos eventos han sido vitales no solo para fomentar la cohesión social, sino que las comunidades que celebran su diversidad muestran un 30% menos de conflictos sociales. (Festival Multicultural DiverseCity - Asociación de Servicios Para Inmigrantes y Refugiados En PEI, s. f.)

Con este caso se puede observar que existen otras organizaciones que están buscando socios para aunar fuerzas en favor de objetivos compartidos, tales como son las fundaciones, agencias de cooperación, e incluso empresas que se han propuesto funcionar como agentes catalizadores de procesos de colaboración, que se constituyen bajo una visión alineada para todos los involucrados, que analizan su costo-beneficio, su valor competitivo en suma, que desarrollan una planeación estratégica de sus acciones en conjunto, consideran herramientas de gestión de conflictos y de transparencia de los recursos y evalúan sus resultados para estar en un ciclo de mejora continua.

La colaboración interinstitucional en el sector cultural no es la excepción, ya que estas sinergias, con estas empresas y organizaciones tanto del sector público como privado, dan como resultado recursos y espacios adecuados para la creación artística, además facilitan el acceso a programas de formación y mentoría que potencian las habilidades creativas de los jóvenes. De esta manera, comienza el nacimiento de los nuevos artistas, que encuentran un entorno propicio donde sus ideas pueden florecer y ser valoradas.

Entre más alianzas y colaboraciones se incrementen en este rubro, se puede dar paso a la creación de más plataformas donde los talentos emergentes puedan exhibir su trabajo y conectar con otros públicos. Al organizar eventos culturales, exposiciones y talleres conjuntos, se generan oportunidades para que los jóvenes se involucren activamente en sus comunidades y compartan sus perspectivas únicas. Este tipo de iniciativas no solo enriquece el panorama cultural local, sino que también promueve un sentido de pertenencia y orgullo entre los jóvenes creadores. En última instancia, al trabajar juntos, las instituciones pueden contribuir significativamente al desarrollo de una generación creativa e innovadora que impulse el cambio social a través del arte.

## La gestión cultural: una herramienta para el desarrollo sostenible

El término de gestión cultural es relativamente joven y es importante abordarlo para conocer su razón de ser, ya que funge como un puente mediador para poder crear colaboraciones interinstitucionales en pro de la realización de las diferentes manifestaciones culturales y artísticas.

Durante los últimos diez años del siglo XX y la primera década del XXI, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) promovió la profesionalización de los agentes culturales utilizando el término de gestión cultural para agrupar y articular diferentes perfiles, y sus formas de entender y realizar la acción cultural (Zuribia, Abello y Tavares, 2001) como la animación, la promoción, la mediación, la producción, entre otras denominaciones presentes en sector cultural que surgieron desde diversos contextos institucionales (Rodrigues, 2012).

Gestión cultural es un neologismo resultado de la apropiación del concepto anglosajón de cultural management, referido a la administración de los servicios culturales, ya sea por parte de instituciones gubernamentales o empresas privadas, en términos de un campo de actuación para otras profesiones y disciplinas o solo como un encargo social (Martinell Sempere, A. 2001).

Así, en toda Iberoamérica se fomentó la profesionalización con el apoyo de los gobiernos nacionales y el respaldo de diversas universidades a través del surgimiento de los primeros programas de formación universitaria en Argentina, Colombia, Brasil, España, México y Portugal; y posteriormente a partir del 2010 se extendieron a Costa Rica, Bolivia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela (Mariscal Orozco et al., 2024).

Con este avance metodológico que tiene hoy por hoy un gestor cultural, se vuelve imprescindible el estudio de conceptos para poder valorar el alcance que tiene en el proceso del desarrollo de los proyectos culturales y la línea de colaboraciones que se pretenden conseguir para llevarlos a la acción. Uno de ellos es el concepto de la participación cultural, que, según el Instituto Estadístico de la UNESCO, en su documento Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo: manual metodológico (2017), se comprende como la capacidad que tienen las personas o los grupos sociales al acceso a las actividades culturales tanto de creación como de consumo. En términos generales, en la acción cultural se pueden identificar cuatro niveles de participación, según el Modelo de orientación de la acción cultural con enfoque en derechos humanos y sostenibilidad (Mariscal y Guerra, 2021, p. 23):

1. Conocimiento: Un primer nivel parte de que la ciudadanía pueda conocer la existencia de una oferta o bien cultural (sé que existe). Para el logro de este propósito, resulta clave la información oportuna y de calidad.
2. Acceso y accesibilidad: Implica que el ciudadano conoce de su existencia, pero también puede acceder a ella a partir de sus capacidades físicas, económicas, educativas y espaciales (puedo acceder).

3. Contenidos: En este sentido, no solo basta con poder acceder a la oferta o bien cultural, sino que además los contenidos que se generen sean pertinentes y relevantes para el sujeto, grupos o las comunidades (existe oferta con contenidos para mí).

4. Gestión: Finalmente, el último nivel de participación está referido a la posibilidad de que los sujetos puedan participar activamente en la gestión de actividades cuyos contenidos y formatos sean relevantes para ellos (puedo proponer y hacer).

En estos cuatro niveles, además de la participación de la sociedad, una pieza clave para generar el engrane que inicie el movimiento, es precisamente el gestor cultural, quién hoy más que nunca, busca diferentes actores para crear colaboraciones y alianzas estratégicas como son las instituciones gubernamentales, organizaciones culturales comunitarias, empresas y emprendimientos culturales así como el sector educativo, con la finalidad de que se puedan llevar a cabo los niveles mencionados, por ejemplo, el primer nivel referente al contenido, que nos habla de información y difusión de manifestaciones culturales a la comunidad, aquí podemos sumar colaboraciones con empresas de comunicación y demás aliados involucrados con las campañas en redes sociales, dependiendo del tipo de evento se requerirá mayor apoyo y fuerza de su difusión para conocer la oferta cultural.

Las instituciones gubernamentales definitivamente deben apoyar un 100% el segundo nivel mencionado, el de acceso y accesibilidad, diseñando desde las políticas y programas culturales hasta crear y facilitar espacios acondicionados para dichas actividades culturales, accesibles, con la infraestructura óptima y que brinde seguridad al público existente, además de impulsar la gratuidad en mayor número de eventos posibles, ya que parte de un presupuesto de gobierno, debe ser destinado y bien planificado al crecimiento del sector cultural y artístico.

En el nivel tres, referente a los contenidos, sin lugar a duda el sector educativo y organizaciones culturales comunitarias son las que brindan la formación y guía a los jóvenes creadores que se van especializando en sus áreas, siempre y cuando encuentren estos lugares de aprendizaje ad hoc con la disciplina que quieran abordar y se estén especializando para crear diferentes productos culturales para diversos públicos y también para gestar la formación de públicos. Aquí, parte mucho el apoyo gubernamental en apoyar estos espacios de aprendizaje y de iniciación artística en todos los segmentos de las bellas artes para que estén disponibles a la comunidad creadora.

Y, por último, el nivel cuatro, relacionado con la gestión cultural, que precisamente es vincular la participación interinstitucional entre gobierno, organizaciones culturales, instituciones educativas y empresas, para lograr el mecenazgo colectivo y se pueda llevar a cabo dicho proyecto cultural.

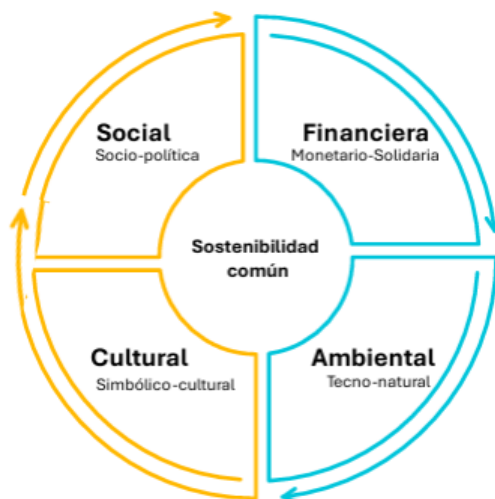
La conexión de sinergias entre los sectores de gobierno, educación, cultura y sociedad civil, a medida que se adaptan a nuevos contextos, se vuelve un elemento esencial para lograr un desarrollo sostenible mediante un uso más eficiente de los recursos disponibles, además de financieros o monetarios, de la apropiación de recursos públicos y privados en la diversidad de aportaciones: en especie, en trabajo, en saberes, en cuidados, entre otros, que dinamicen las iniciativas, con el fin de garantizar la continuidad de procesos culturales con largo alcance.

En esta misma perspectiva, entender a las organizaciones sociales, colectivos y agentes culturales como centro de un modelo sostenible, en una red de cooperación e intercambio que se afianza desde otras economías (locales, circulares, solidarias y populares) para articular procesos comunitarios e institucionales. De acuerdo con Deheinzelin (2011), la sostenibilidad en el trabajo cultural implica considerar los recursos y capacidades disponibles en las comunidades, tanto intangibles como tangibles, en sus cuatro dimensiones, como se muestra a continuación en la figura 2:

1. Bienes y capacidades tangibles: a). Tecno-natural: considera la biodiversidad, las materias primas, los equipamientos, y las tecnologías existentes en las comunidades. b). Monetario-solidario: considera los financiamientos, convocatorias, las horas de trabajo y otras formas de monedas e intercambios mercantiles.

2. Bienes y capacidades intangibles: c). Simbólico-cultural: considera las creencias, valores, espiritualidad, saberes, experiencias, lenguajes y habilidades creativas. d). Sociopolítica: considera mecanismos para la gestión de lo colectivo, formas y estructuras organizativas comunitarias, derechos, reglamentos y políticas, que hacen posible la acción cultural.

Figura 2. Dimensiones de la Cultura



**Fuente:** Tomada de Deheinzelin 2015, citado por Mariscal Orozco et al., 2024, p. 72).

Un caso de éxito que merece ser mencionado porque tiene un gran impacto positivo en todas las dimensiones del desarrollo sostenible de la cultura y un gran alcance en su colaboración con diferentes instituciones es La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (UCCN), misma que se creó en 2004 para promover la cooperación con y entre las ciudades que reconocen a la cultura y la creatividad como un factor estratégico para el desarrollo urbano sostenible. Las 350 ciudades de todo el mundo que actualmente forman parte de esta red trabajan juntas hacia un objetivo común: situar la creatividad y las industrias culturales en el centro de sus planes de desarrollo a nivel local y cooperar activamente a nivel internacional. Aquí se cita un poco más de sus particularidades:

Las ciudades ponen en común sus recursos y conocimientos en apoyo de los objetivos establecidos en la Declaración de Misión de la Red, abarcando siete campos creativos: artesanía y arte popular, diseño, cine, gastronomía, literatura, artes mediáticas y música, y promueve la colaboración intersectorial entre los distintos campos creativos. Los puntos de apoyo se dirigen a la diversidad cultural, para miembros de todas las regiones y de todos los entornos demográficos, económicos, sociales, culturales y medioambientales. La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO apoya los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular el ODS 11: "Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles" (UNESCO, 2023).

Otro de los casos que demuestran el éxito de la vinculación entre las colaboraciones de la propia comunidad y la buena gestión cultural, es el programa de Cultura Viva Comunitaria (CVC) en América Latina, que surge como un movimiento social y cultural que promueve la participación activa de las comunidades en la creación, gestión y desarrollo de su propia cultura. Se enfoca en la cultura que surge desde las comunidades, como parte de su vida cotidiana y en sus territorios, en lugar de políticas culturales impuestas desde arriba.

Este movimiento se inspiró en experiencias como los Puntos de Cultura en Brasil, donde se impulsó la creación de espacios de encuentro cultural y artístico en comunidades. Algunos de sus principios son la participación y autonomía de las comunidades como protagonistas en la definición y gestión de sus prácticas culturales; la colectividad en el ámbito comunitario y la descentralización, donde se promueve la cultural a nivel local, en los territorios y barrios, reconociendo su riqueza y diversidad, y también reconoce el vínculo con políticas públicas, con la creación de propuestas ad hoc que reconocen la importancia de la cultura comunitaria y promueven su participación en la gestión cultural de sus territorios y comunidades (Benavides, 2023b).

Además de estos casos, existen más ejemplos afines en el resto del mundo, por lo que podemos afirmar que una de las principales estrategias para el desarrollo sostenible de la cultura es apropiar y asumir el enfoque cultura como derecho humano. Esto implica que toda acción cultural debe partir de la visión de que todas las personas tienen derecho a participar

en los diferentes niveles en la vida cultural de su comunidad, a expresar y disfrutar de su identidad, sus valores, sus creencias y sus prácticas culturales, sin discriminación ni exclusión.

Para que esto se pueda implementar y tomar acción, es fundamental el diseño de políticas gubernamentales locales que comprendan acuerdos y cooperaciones de organizaciones sociales y colectivos que generen proyectos culturales que puedan evaluarse en los diferentes momentos de su gestión (diagnóstico, diseño, implementación y evaluación) para medir sus impactos e innovar la participación de la comunidad en los mismos. Dentro de esas políticas es importante la diversificación y flexibilización de los procesos administrativos, que puedan brindar facilidades de acceso a los recursos.

Otra estrategia sustancial será la capacitación y profesionalización de los gestores culturales que construyan un eje cultural alineado a marcos legales y con la sensibilidad de las necesidades que busca la propia comunidad.

## Conclusiones:

La colaboración interinstitucional y la gestión cultural se consolidan como pilares fundamentales dentro de la responsabilidad social empresarial para promover el desarrollo sostenible de la cultura. La articulación entre empresas, instituciones públicas, organizaciones civiles y agentes culturales permite generar proyectos más sólidos, inclusivos y de mayor alcance, al combinar recursos, capacidades y visiones complementarias. A su vez, la gestión cultural aporta las herramientas necesarias para planificar, coordinar y evaluar iniciativas que fortalezcan la identidad, la participación y la creatividad en las comunidades. Cuando las empresas incorporan estas estrategias a su ámbito de responsabilidad social, no solo contribuyen al bienestar colectivo, sino que impulsan la preservación, innovación y continuidad de las expresiones culturales de una comunidad. Así, la cultura se convierte en un elemento estratégico para construir sociedades más equitativas, resilientes y sostenibles.

Aun así, el alcance de estas estrategias abre nuevas posibilidades de investigación que permiten examinar con mayor detalle su impacto real. Próximas investigaciones podrían explorar cómo se configuran y sostienen estas alianzas a largo plazo, qué modelos de gestión cultural generan mayores beneficios sociales y culturales, o de qué manera la RSE puede adaptarse a contextos comunitarios específicos para responder a sus necesidades culturales, aportando mayor valor a su naturaleza empresarial. Del mismo modo, es fundamental revisar las métricas e indicadores que permitan valorar la sostenibilidad cultural de los proyectos promovidos por las empresas, incorporando el respeto a los derechos culturales y el acceso a oportunidades de participación laboral y social. También resulta clave examinar el papel de la innovación digital en la articulación entre actores públicos, privados y comunitarios. Profundizar en estas líneas de investigación permitirá comprender con mayor claridad cómo la cultura puede consolidarse como un eje estratégico para el desarrollo social y para el fortalecimiento de la responsabilidad empresarial en el futuro.

## Referencias

- Benavides, A. M. (2023b, agosto 31). *Movimiento Latinoamericano Cultura Viva Comunitaria. La Acción Colectiva del Movimiento Latinoamericano Cultura Viva Comunitaria*. <https://www.teseopress.com/laaccioncolectivadelmovimientolatinoamericanoculturaviva/chapter/capitulo-2-movimiento-latinoamericano-cultura-viva/>
- Comunicación y Desarrollo (ICD) de Uruguay. (2015). *Guía para el desarrollo de alianzas colaborativas en la sociedad civil*. Centro Ecuatoriano de Derecho Ambiental (CEDA). <https://www.lasociedadcivil.org/wp-content/uploads/2015/06/2015M-CEDA-alianzas-colaborativas.pdf>
- Deheinzelin, L. (2011). Economía creativa, sostenibilidad y su relación de futuros deseables. *Revista Mexicana De Bachillerato a Distancia*, 3(5). <https://doi.org/10.22201/cuaed.20074751e.2011.5.47417>
- Festival Multicultural DiverseCity (s/f) - *Asociación de Servicios para Inmigrantes y Refugiados en PEI*. Asociación de Servicios Para Inmigrantes y Refugiados En PEI-IRSA. <https://www.irsapei.ca/es/about-diversecity-festival>
- García, N. (2001). *Culturas Híbridas. Definiciones en transición*. CLACSO. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100912035750/5scanlini.pdf>
- Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo: manual metodológico*. (2017). Unesco.org. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000229609>
- La Piana Consulting (2015). *The Collaborative Map*. <http://www.lapiana.org>.
- Mariscal, J. L., Velásquez, L. B., Ortega, K. M., & Prieto, F. (2024). *Modelo de orientación de la acción cultural con enfoque en derechos humanos y sostenibilidad*. Ibercultura Viva <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10892127>
- Mariscal, J. L., y Guerra, R. (2021). *Acción política y ética en la gestión cultural comunitaria*. En B. Brambila Medrano y I. T. Lay Arellano (Eds.), *Propuestas de inclusión, educación y gestión cultural de jóvenes investigadores* (pp. 13-34). Universidad de Guadalajara. <https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/1067>
- Martinell, A. (2001). *La gestión cultural: Singularidad profesional y perspectiva de futuro*. Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Cooperación.

[https://www.observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/346/AlfonsoMartinell\\_GC.pdf](https://www.observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/346/AlfonsoMartinell_GC.pdf)

Rodrigues, L. A. (2012). Formação e profissionalização do setor cultural - caminhos para a institucionalidade da área cultural. *PragMATIZES - Revista Latino-Americana De Estudos Em Cultura*, (3), 63-79.

<https://doi.org/10.22409/pragmatizes.v0i3.10354>

Sampieri, R., Fernández Collado, C., Pilar, D., & Lucio, B. (2014). *Metodología de la investigación. Cuarta edición*.

<http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>

UNESCO. (2023). *Creative Cities Network*. Unesco.org. <https://www.unesco.org/en/creative-cities>

UNESCO. (2012). *Fácil guía 1: Cultura y nuestros derechos culturales* (Documento de programa o de reunión) [Online]. Oficina de la UNESCO en San José, Honduras. Secretaría de Cultura, Artes y Deportes. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345.locale=es>

vorecol.com. (s. f.). *¿Qué estrategias se pueden utilizar para involucrar a la comunidad local en programas de integración cultural?* <https://vorecol.com/es/articulos/articulo-que-estrategias-se-pueden-utilizar-para-involucrar-a-la-comunidad-local-en-programas-de-integracion-cultural-114090>

Zubiría, S., Abello, I., y Tabares, M. (2001). *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*.

Organización de Estados Iberoamericanos. [https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2015/07/Conceptos-b%C3%A1sicos-de-administraci%C3%B3n-y-gesti%C3%B3n-cultural.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2015/07/Conceptos-b%C3%A1sicos-de-administraci%C3%B3n-y-gesti%C3%B3n-cultural.pdf?utm_source=chatgpt.com)

## El papel de las escuelas de producción audiovisual en la economía creativa de Tuxtla Gutiérrez.

The role of audiovisual production schools in the creative economy of Tuxtla Gutiérrez.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 03/10/2025 Revisión: 18/11/2025 Aprobación: 02/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.v6.n11.e0025

**Anette Diep Rodríguez**

Universidad de Guadalajara. México

[anette.diep.rdz@gmail.com](mailto:anette.diep.rdz@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0000-9570-2715>

### Resumen:

El presente texto analiza la relación entre la educación formal en producción de medios audiovisuales y su influencia en la economía creativa en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Empleando una metodología de evaluación económica basada en Coste-Consecuencias se examina cómo tres instituciones clave, la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), la Universidad Pablo Guardado Chávez (UPGCH) y la Universidad Descartes, generan beneficios económicos medibles en la zona. El estudio incluye análisis de datos sobre la matrícula estudiantil y entrevistas con directivos para obtener información actualizada sobre la población estudiantil en Tuxtla Gutiérrez. En síntesis, se propone que la educación en medios audiovisuales en Tuxtla Gutiérrez es fundamental para fortalecer la economía creativa local, no solo por su contribución directa al mercado, sino también por su capacidad para fomentar procesos sociales y culturales que poseen un valor económico tangible.

**Palabras clave:** Economía creativa. Escuelas. Producción audiovisual. Capacitación formal. Impacto económico.

### Abstract:

This article examines the relationship between formal education in audiovisual production and its influence on the creative economy of Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Using a Cost-Consequence economic evaluation methodology, the study examines how three key institutions, the Autonomous University of Chiapas (UNACH), the Pablo Guardado Chávez University (UPGCH), and Descartes University, generate measurable economic benefits in the region. The study includes data analysis on student enrollment and interviews with administrative staff to obtain updated information about the student population in Tuxtla Gutiérrez. In conclusion, this article proposes that audiovisual education in Tuxtla Gutiérrez plays a key role in strengthening the local creative economy, not only due to its direct contribution to the market, but also because of its ability to foster cultural and social processes with measurable economic value.

**Keywords:** Creative Economy. Schools. Audiovisual Production. Formal Training. Economic Impact.

## Introducción

Los estudios al respecto de la relación entre la educación y la economía son relativamente recientes, surgiendo apenas después de la Segunda Guerra Mundial el interés en llevar a cabo reuniones, foros y mesas de diálogo a nivel internacional para debatir los efectos de la economía educativa y el llamado capital humano (Del Campo Villares y Salcines Cristal, 2008). Aún más reciente es el concepto de economía creativa, que data apenas de la década de 1990 y comprende desde los círculos de creación y producción, hasta la distribución de bienes y servicios que se relacionan con la mezcla de cultura, arte y tecnología, dando como resultado el uso de la creatividad como materia prima (Gomes, 2018).

En el presente texto se explora la relación entre la educación formal del sector creativo audiovisual y su impacto dentro de la economía creativa de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Este impacto puede ser medido a través de una metodología de evaluación económica de tipo Coste-Consecuencias (Parera, 2009, p. 9), que consiste en presentar una lista de los resultados beneficiados por la actividad educativa que se está analizando, junto con sus costes en pesos mexicanos (MXN). Así, la hipótesis de este artículo es que la educación formal en producción audiovisual impulsa la industria creativa local, atrae financiamiento y ayuda a consolidar un ecosistema de producción en la región. Esto se analizará por medio de un mapeo de instituciones educativas especializadas y su densidad poblacional, así como la relación de éstas con su aporte económico directo, indirecto e inducido dentro de la localidad.

## Las escuelas de producción audiovisual en Tuxtla Gutiérrez

De acuerdo con la página México Histórico, si se quiere hablar de educación formal en el ámbito audiovisual dentro de Tuxtla Gutiérrez, es necesario remontarse a la década de los 70, cuando se fundó el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos en la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH). Dicha institución se convirtió en un espacio crucial de formación para nuevos cineastas, tal como se menciona en la misma página: “Desde aquí, surgieron proyectos que buscaron contar las historias de los pueblos indígenas y las luchas sociales que enfrentaban, cuestiones que resonaban en el contexto nacional e internacional de la época.” (México Histórico, s.f., párr.6)

Sin embargo, en la actualidad, dicha escuela ya no circula en el mapa, más bien parece que ha desaparecido de la historia casi por completo. Al hacer una búsqueda sencilla por Google, no se encuentra ninguna información al respecto de dicho centro. Lo que sí destaca, en cambio, es un artículo escrito para el periódico digital DesInformémonos, donde Noe Pineda (2024) tiene a bien nombrar su texto con el título El cine que irrumpe desde sitios donde no hay escuelas de cine. Leyendo el artículo, se puede notar que destaca la importante labor que han realizado Ana Ts'uyeb, Xun Sero, María Sojob, Gabriela Ruvalcaba y Liliana K'an, ya que son cineastas que han surgido de comunidades indígenas fuera de la época donde el Centro

de Capacitación Cinematográfica (CCC) con Patas o Ambulante se dedicaban a acercarse a los lugares más alejados del país para formar a los futuros talentos del audiovisual. Tal cual lo menciona de la siguiente manera en su redacción:

¿Por qué ha sido tan relevante que Li Cham (Morí) haya ganado el premio a mejor largometraje documental en el Festival Internacional de Cine de Morelia? No sólo por ser la primera ocasión que una película tsotsil logra semejante reconocimiento, hay más razones pero quiero destacar algunas solamente. La joven que hace sonido directo, Lorena, no viene de escuela de cine, se ha formado a fuerza de producir radio, cursar talleres, echar en campo las horas al vuelo, no pasó por Ambulante, ni CCC con patas. El cine fotógrafo, José Alfredo, uno de los mejores de Chiapas sin duda alguna, es referente para las y los cineastas más jóvenes de pueblos originarios, ha colaborado en varios proyectos destacados y es fundador del equipo de comunicación de la organización civil Las Abejas de Acteal, y no vive en San Cristóbal. La directora, Ana, también ha sido un caso excepcional, como muchos más, junto con su hermano, son primeras generaciones de su familia que cursa una carrera universitaria, formada a fuerza de producir y tomar talleres, tampoco es generación Ambulante o CCC. (Pineda, 2024, párr. 1)

Aunado al artículo anterior, aparece una reciente entrevista a Gustavo Trujillo Vera, destacado cineasta y crítico cinematográfico chiapaneco. En dicha entrevista para el periódico El Sol de Chiapas, él menciona que no existe una carrera dedicada al cine dentro del Estado, lo que limita las oportunidades para los jóvenes talentos (Farrera Garzón, 2024). Bajo las declaraciones anteriores, entonces, si no se tiene registro de ninguna escuela de cine en Chiapas, ¿a qué hace referencia el término escuelas de producción audiovisual del que se hablará en este artículo? Bien, pues el enfoque que se utilizará para determinar una capacitación formal funcional dentro del ámbito de las universidades con sede en Tuxtla Gutiérrez será el propuesto en el libro *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*, donde “La capacitación se constituye en una acción integral que va más allá de la instrucción meramente técnica, incluyendo módulos de formación social, cultural y política, lo que determina al audiovisual como una herramienta que aporta al cambio social.” (Gumucio, 2014, p. 136).

De esta manera podemos, no sólo pensar en la educación audiovisual proveniente de licenciaturas en cinematografía, sino de todas aquellas carreras relacionadas a la creación cinematográfica como pueden ser comunicación o animación digital, siempre y cuando aporten de manera holística a la creación audiovisual.

A esta exploración es pertinente agregar que el teórico principal que ha hablado sobre la importancia de la educación para la economía creativa es Rey (2018), quien describe a este sector económico como todo aquello que involucre un gran poder cultural, capacidad de expansión de forma masiva, y un gran impacto económico. Dentro de esta descripción, según su postura, se incluye la televisión, el cine, la música, los nuevos medios y la educación artística que los forma. Esto debido a que,

según el autor, las industrias creativas dependen de la formación de sensibilidades, capacidades estéticas y competencias expresivas que se gestan desde la experiencia escolar.

## **La densidad poblacional de las escuelas audiovisuales**

Para la elaboración de este artículo fue necesario solicitar contacto directo con las instituciones dentro de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez que cuentan con una oferta educativa relacionada a la producción audiovisual, esto debido a que los datos de ingreso y egreso no son públicos a través de internet. Se obtuvo contacto con las siguientes escuelas: Universidad Pablo Guardado Chávez, que oferta la Ingeniería en Animación y Diseño de Contenidos Digitales; la Universidad de Ciencia y Tecnología Descartes, que oferta la Licenciatura en Creación Cinematográfica; y la Universidad Autónoma de Chiapas, que oferta la Licenciatura en Comunicación.

Estas son las universidades que tienen una oferta académica presencial en torno a la producción audiovisual dentro de la ciudad, y de las cuales se tiene conocimiento de alumnas egresadas y alumnos egresados que han participado con anterioridad en concursos o festivales de cortometrajes (Gómez, 2023), por lo que, junto con su plan de estudios, se puede comprobar que desarrollan habilidades de lenguaje cinematográfico suficiente para elaborar materiales dentro de dicho ámbito.

Tras haber agendado entrevistas con las personas encargadas de cada una de estas escuelas y centros de capacitación formal, la información acerca de la densidad poblacional quedó esclarecida. Cuando se habla de densidad poblacional dentro de una escuela, lo que se busca es conocer qué cantidad de alumnos habita dentro de cada una de las licenciaturas o ingenierías mencionadas en la lista anterior. Con la información obtenida a través de entrevistas e informes de transparencia, se elaboró la Tabla 1 presentada más adelante, misma que contiene la cantidad de alumnos por licenciatura, así como una aproximación a cuánto representan dichos números con relación a los ingresos directos de cada universidad.

Durante las entrevistas, también se sumó la duda pertinente sobre qué desarrollo profesional han tenido los egresados, sin embargo, al atender esta pregunta se notaron diversos sesgos, pues los departamentos encargados de Vinculación, Trayectoria Académica y/o Seguimiento a Egresados no cuentan con la información completa debido a la dificultad de contactar con cada uno de los ex-alumnos.

Otro fenómeno mencionado en las entrevistas fue la llamada fuga de cerebros, que de acuerdo al Glosario sobre la Migración (Organización Internacional para las Migraciones (OIM), 2019) se refiere al “agotamiento del capital humano en un ámbito profesional o sector económico específico a raíz de la emigración de trabajadores calificados de este ámbito profesional o sector económico hacia otro país, o hacia otra región dentro del mismo país”. La problemática que genera la fuga de cerebros

es que la fuerza laboral que podría resultar de esta educación formal termina por laborar fuera de Tuxtla Gutiérrez, disminuyendo el impacto económico que podría beneficiar a la localidad. Esto se retomará más adelante en la investigación al hablar del impacto inducido.

**Tabla 1.** Elaboración propia a partir de entrevistas a directivos y estudiantes.

UNIVERSIDAD	CANTIDAD DE ALUMNOS ACTIVOS	COLEGIATURA PROMEDIO MENSUAL	TOTAL MENSUAL DE INGRESOS POR COLEGIATURA
Universidad Pablo Guardado Chavez (UPGCH)	138	\$4,441.50	\$612,927.00
Universidad de Ciencia y Tecnología Descartes (UDescartes)	25	\$4,900.00	\$122,500.00
Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH)	2160	\$650	\$1'404,000.00
TOTAL	2643	—	\$5'428,690.00

**Nota.** Elaboración propia a partir de entrevistas a directivos y estudiantes.

El total de la colegiatura promedio mensual se ha dejado en blanco

debido a que no es un factor que influya en el impacto económico.

Con la información obtenida, se puede vislumbrar que la UNACH es sin duda la escuela con mayor matrícula, tal como suele suceder con las instituciones de educación pública. En contrapunto, la Licenciatura en Creación Cinematográfica tiene una cantidad de alumnos extremadamente baja, esto debido a que es la única generación activa en este momento, ya que la escuela estuvo cerrada por al menos 5 años y ahora se encuentra reactivando su labor.

### El aporte económico directo de las escuelas de producción audiovisual

De acuerdo con la guía proporcionada por PricewaterhouseCoopers S.L (PwC, s.f.) sobre cómo elaborar un estudio de impacto económico completo, es indispensable revisar tres tipos de impacto: directo, indirecto e inducido. En el presente trabajo se

comenzará por desglosar el impacto directo de las escuelas con formación audiovisual, con ello se hace referencia a la producción y el empleo generados en aquellos sectores que son receptores directos de las universidades (PricewaterhouseCoopers S.L (PwC), s.f., p.4), aquí se incluyen también los impuestos generados y por lo tanto el aporte en el Producto Interno Bruto.

En este aspecto, las universidades son una importante fuente de empleo, simplemente en la UNACH cuentan con 508 profesores de tiempo completo, y emplean a 4,451 trabajadores en total, incluyendo personal académico y administrativo (Gobierno del Estado de Chiapas, 2025). De estos, de acuerdo con los datos proporcionados por la Unidad de Transparencia de la universidad, 226 trabajadores pertenecen exclusivamente a la Facultad de Humanidades, misma que alberga la Licenciatura en Comunicación.

El salario de un docente universitario pagado por hora en esta institución se encuentra en \$114.00 MXN como Docente Titular (Glassdoor, s.f.), pudiendo llegar hasta las 20 hrs semanales, dando un total de \$9,120.00 MXN al mes. Mientras tanto, si se participa en la convocatoria para docentes de Tiempo Completo, según sus estatutos, se otorga un sueldo base de \$21,745.75 MXN al mes (UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS, 2024).

Al ser una institución pública, la Unidad de Transparencia de la universidad también detalla la cantidad de docentes que cuentan con una Base o que son de Confianza, por lo que se puede obtener un aproximado del impacto directo generado únicamente por la Facultad de Humanidades de la UNACH ya que sus datos son de libre acceso, sin embargo, para el resto de las escuelas fue necesario preguntar de forma directa con los directivos responsables. De parte de la coordinadora de Cinematografía UDescartes (comunicación personal, 2024), no hubo claridad en cuanto a los honorarios docentes, sin embargo, se mencionó que gran parte de la currícula proviene del centro del país y eso incrementa los costos.

Así mismo, la coordinadora (comunicación personal, 2024) clarificó la dinámica con la que se vincula a docentes foráneos con los docentes locales, mencionando que se escalonan las semanas iniciales sólo con docentes locales y posteriormente se incluye a docentes foráneos, por lo que terminan por trabajar 3 meses y no 4, como corresponde al periodo ordinario. De la misma forma, los docentes foráneos ganan aparentemente más, porque también se suman sus viáticos y otros servicios, aunque los docentes locales podrían tener un ingreso similar si sumasen las horas/clase suficientes.

Con los datos recopilados se elaboró la Tabla 2, misma que se adjunta más adelante en el texto y sirve de comparativa con los ingresos directos provenientes de la población estudiantil atendida por el área audiovisual. Se puede distinguir que la

única licenciatura que no es redituable, de acuerdo con el análisis de Retorno de inversión (ROI)<sup>1</sup>, es la de Comunicación, albergada por la UNACH.

**Tabla 2.** Salario promedio de empleados y docentes del área audiovisual en Universidades.

UNIVERSIDAD	CANTIDAD DE DOCENTES ACTIVOS EN EL ÁREA	SALARIO PROMEDIO	CANTIDAD DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS EN EL ÁREA	SALARIO PROMEDIO	PROMEDIO DE SALARIOS POR UNIVERSIDAD
Universidad Pablo Guardado Chavez (UPGCH)	18	\$7,200.00	4	\$7,000.00	\$157,600.00
Universidad de Ciencia y Tecnología Descartes	8	\$11,000.00*	3	\$10,000.00	\$118,000.00
Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH)	137**	13,854.02***	89**	\$13,134.83	\$3'067,000.61
<b>TOTAL</b>	<b>203</b>	<b>\$52,954.02</b>	<b>135</b>	<b>\$49,434.83</b>	<b>\$3'801,500.61</b>

**Nota.** Elaboración propia a partir de entrevistas a directivos y estudiantes.

\*Salario aproximado de acuerdo con diversos comentarios dichos durante la entrevista personal.

\*\*Fuente: Gobierno del Estado de Chiapas (2025)

\*\*\*Fuente: Plataforma Nacional de Transparencia (2025)

## El aporte económico indirecto e inducido de las escuelas de producción audiovisual

Las teorías económicas que se acercan al análisis del aporte económico de la educación en la sociedad se han centrado principalmente en explicar el aporte productivo de la misma, logrando únicamente abarcar de manera parcial y aislada la problemática que va más allá de lo monetario, pues involucra también: el desarrollo de un mecanismo socializador que

<sup>1</sup> Se calcula a través de la siguiente fórmula:  $ROI = (\text{Beneficio neto} / \text{Costo de inversión}) \times 100$ . Se considera el *Beneficio neto* como la ganancia generada en colegiaturas, y al *Costo de inversión* como la suma total de salarios por universidad. Es una métrica financiera para determinar las ganancias o pérdidas generadas por un proyecto.

impulsará sus habilidades del estudiante en el ambiente laboral, un respaldo institucional para obtener mejores empleos, inversión de los propios estudiantes en sus prácticas profesionales, entre otros factores que afectan de manera indirecta o inducida al desarrollo económico local (Del Campo Villares y Salcines Cristal, 2008, p. 55-59).

Con relación a la inversión hecha por estudiantes durante el desarrollo de su carrera para la realización de sus proyectos audiovisuales, de acuerdo con uno de los egresados de la Ing. en Animación y Diseño de Contenidos Digitales de la UPGCH en el año 2024 (comunicación personal, 14 de noviembre del 2024), se calcula la inversión de aproximadamente \$70,000 MXN en la producción del medimetraje evaluado para su titulación junto con otros estudiantes que conformaron su equipo. Así mismo, otra egresada de la misma institución (comunicación personal, 01 de marzo del 2025) menciona que en el evento de presentación final para el proyecto de titulación en el que se ha involucrado a un grupo de 30 estudiantes, se tiene un presupuesto de más de cien mil pesos mexicanos para su correcta conclusión.

Aunque los montos mencionados no se reflejan en los honorarios de los estudiantes, sí configuran parte importante del flujo de fondos dentro de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, pues forman parte de compras realizadas para la producción de sus proyectos finales. Tales compras pueden constituir: papelería, equipo tecnológico, renta de oficinas, alimentación, transporte, e incluso honorarios para otros individuos que no sean estudiantes activos de la institución. Se debe considerar que aquí podría comenzar a involucrarse otro sector de la industria que no es solamente el educativo, sino que se agrega la cadena de valor que sigue una producción audiovisual. Tal como es mencionado en El impacto económico de la industria audiovisual en Latinoamérica:

Las cadenas de suministro de la industria audiovisual incluyen muchas otras industrias creativas y no creativas. Por lo tanto, el gasto de las empresas que trabajan en el sector de la industria audiovisual tendrá un efecto dominó explícito en otros ámbitos, y el efecto económico general será más grande que el del gasto inicial. (Banco Interamericano de Desarrollo y Netflix, 2023, p.37)

Esto, tomando en cuenta que sólo se han considerado a los proyectos de titulación para dos generaciones de una misma universidad, por lo que se puede concluir que la suma de todos los proyectos de los egresados a nivel local constituirá una cantidad significativa al aporte indirecto e inducido.

La segunda parte que se considera al evaluar el impacto indirecto de la economía educativa son las capacidades o herramientas que se obtienen después de los estudios formales y que aumentan las posibilidades de obtener empleo. Actualmente, México aporta aproximadamente el 7% del Producto Interno Bruto (PIB) de la industria de la animación en Latinoamérica y alrededor del 5% a nivel mundial. Si se considera conjuntamente con las tecnologías de la información, este sector representa cerca del 39.5% del PIB nacional (U-TAD, 2022). En Tuxtla Gutiérrez se tiene conocimiento apenas de un

estudio de animación reconocido formalmente (La Brújula Audiovisual, 2024), sin embargo, para las personas habitantes de la ciudad, es conocido que existen además diversas empresas de publicidad y marketing que emplean a la mayor parte de los egresados en las carreras de comunicación y animación.

Imagen 1. Ejemplo de vacante para Imagen egresados de Comunicación.



Nota: Impulsarte para crecer, 2025

Imagen 2. Ejemplo de vacante para egresados de Animación.



Nota: Vio Camacho, 2025

La lectura de las vacantes permite observar que contar con el título de Licenciatura en Comunicación o Ingeniería en Animación es un requisito indispensable para la obtención de un empleo fijo en dichas agencias. También se han identificado a estudiantes egresados de la Licenciatura en Creación Cinematográfica, que fundan su propia casa productora y se dedican al emprendimiento audiovisual. De acuerdo con palabras de la coordinadora de dicho programa (comunicación personal, 2024), en la licenciatura se les dota de herramientas tanto técnicas como comerciales para que ellos puedan desarrollar su creatividad tanto en el ámbito publicitario como en el narrativo.

Al no haber obtenido información puntual con respecto a las personas egresadas de las universidades que se encuentran en este estudio, no es posible obtener numeralia exacta al respecto del impacto inducido por esta industria. Aunado a esto, la fuga de cerebros anteriormente mencionada también coacciona en contra de estos números, pues la coordinadora de la Lic. En Cinematografía UDescartes (comunicación personal, 2024) menciona que de los 54 egresados del programa, solo 6 permanecen laborando activamente en Tuxtla Gutiérrez.

## Conclusiones

El análisis realizado demuestra que la educación formal en producción audiovisual en Tuxtla Gutiérrez desempeña un papel determinante en el fortalecimiento de la economía creativa local. A pesar de que la oferta es limitada en comparación con otras regiones del país, las universidades existentes han desempeñado un papel importante en el desarrollo de educación especializada, coadyuvando a la profesionalización de jóvenes talentos y al impulso de una creciente industria cultural chiapaneca. Así mismo, han logrado configurar un ecosistema formativo que influye de manera directa e indirecta en el sector creativo local.

En términos económicos directos, las instituciones analizadas representan un polo significativo de generación de empleo y captación de recursos mediante colegiaturas, salarios académicos y operación institucional. Asimismo, su actividad educativa se articula con otros sectores mediante efectos indirectos, estimulando dinámicas como la renta de equipo audiovisual, los servicios creativos, el comercio local y la formación de productoras emergentes. Sin embargo, este estudio reconoce limitaciones importantes. La primera es la dificultad para medir con exactitud los efectos indirectos, dado que estos involucran sectores amplios y poco documentados en el contexto chiapaneco, tales como el PIB específico de la industria audiovisual regional, o el flujo monetario que involucra sectores más amplios y con escasa disponibilidad de datos duros.

La segunda es la ausencia de mecanismos de seguimiento a egresados, lo que impide estimar el impacto inducido derivado de su actividad laboral. Aun así, la evidencia cualitativa indica que muchos graduados participan en proyectos independientes y emprendimientos que enriquecen el tejido audiovisual de la ciudad, aun cuando sus trayectorias no han

quedado sistemáticamente registradas. Hay casos de éxito en egresados que emprenden sus propias productoras audiovisuales locales y a la vez generan más oportunidad de empleo para las generaciones siguientes, sugiriendo un fortalecimiento de la industria para el futuro a mediano o largo plazo.

Estas limitaciones deben ser atendidas en investigaciones futuras, ya que se reconoce la necesidad de construir sistemas de seguimiento de egresados, escasez de información comparativa sobre la economía creativa en entidades con características similares a Tuxtla Gutiérrez e información limitada sobre el impacto económico de la industria audiovisual local. Superar estas carencias permitiría avanzar hacia evaluaciones más robustas y hacia la formulación de políticas públicas culturales que integren de forma articulada la educación, la producción y la industria audiovisual.

En conclusión, este fenómeno consolida poco a poco un ecosistema cultural sostenible y autónomo en la región. El papel de las instituciones educativas no solo se refleja en la formación técnica de nuevas generaciones, sino también en su capacidad para generar empleos, flujo de efectivo y empoderar emprendimientos creativos que aportan a la economía local. Aunque persisten vacíos de información que limitan la medición precisa de su impacto económico, los indicios observados permiten afirmar que la educación audiovisual en Tuxtla Gutiérrez constituye un motor estratégico para el desarrollo creativo del estado. Para que este crecimiento continúe y se traduzca en una industria más sólida, será indispensable que las políticas públicas, el sector privado y las propias instituciones académicas articulen esfuerzos en torno a la profesionalización, la retención de talento y la construcción de mecanismos de evaluación más integrales.

## Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo & Netflix. (2023). *El impacto económico de la industria audiovisual en Latinoamérica*. <https://doi.org/10.18235/0005043>
- Camacho, V. (2025, 24 de enero). *Estamos contratando a jóvenes* [Publicación en Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/p/194kmCidCC/>
- Del Campo Villares, O., & Salcines Cristal, V. (2008). *El valor económico de la educación a través del pensamiento económico en el siglo XX*. *Revista de la Educación Superior*, 37(3), 45–61. <https://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v37n147/v37n147a4.pdf>
- Farrera Garzón, N. J. (2024, 13 de agosto). *El cine en Chiapas tiene retos y talentos emergentes: Gustavo Trujillo*. *El Sol de Chiapas*. <https://elsoldechiapas.com/el-cine-en-chiapas-tiene-retos-y-talentos-emergentes-gustavo-trujillo/>

Glassdoor. (s. f.). *¿Cuánto está pagando la UNACH?* Glassdoor.

<https://www.glassdoor.com.mx/Sueldo/Universidad-Aut%C3%B3noma-de-Chiapas-UNACH-Sueldos-E2489941.htm?payPeriod=MONTHLY>

Gobierno del Estado de Chiapas. (2025). *Finalidad: Desarrollo social* [Estudio sobre las finanzas de la UNACH]. Secretaría de Finanzas. <https://www.finanzaschiapas.gob.mx/rendicion-ctas/cuentas-publicas/informacion/CP2023/T-V/FinSocial.pdf>

Gomes, C. L. (2018). *La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿Una alternativa postcapitalista?* [Ponencia]. XV Coloquio Internacional de Geocrítica: Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista. <https://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>

Gómez, K. (2023, 24 de octubre). *Los 10 galardonados del Festival Tuxtleco de Cine y Cortometraje*.

Noticias: Voz e imagen de Chiapas. <https://nvinoticiaschiapas.com/cultura/24/10/2023/77930/>

Gumucio Dagrón, A. (Ed.). (2014). *El cine comunitario en América Latina y el Caribe*. Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano.

Impulsarte para crecer. (2025, 14 de enero). *¡Tenemos vacantes en nuestro corporativo Tuxtla Gutiérrez, Chiapas!* [Publicación en Facebook]. Facebook.

<https://www.facebook.com/share/p/1CrQ3BeF1T/>

La Brújula Audiovisual. (2024). *La Brújula Audiovisual* [Directorio]. <https://www.labrujula.com.mx/>

México Histórico. (s. f.). *La historia del cine en Chiapas*. MéxicoHistórico.com.

<https://www.mexicohistorico.com/paginas/La-historia-del-cine-en-Chiapas.html>

Organización Internacional para las Migraciones. (2019). *Glosario de la OIM sobre migración*. IOM Publications. <https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf>

Parera, M. A. (2009). *Guía práctica 6. Evaluación económica* [Colección Ivàlua de guías prácticas sobre evaluación de políticas públicas]. Ivàlua. [https://ivalua.cat/sites/default/files/2020-01/19\\_03\\_2010\\_13\\_29\\_51\\_Guia6\\_Economica\\_diciembre2009\\_revfeb2010\\_massavermella.pdf](https://ivalua.cat/sites/default/files/2020-01/19_03_2010_13_29_51_Guia6_Economica_diciembre2009_revfeb2010_massavermella.pdf)

Pineda, N. (2024, 29 de octubre). *El cine que irrumpe desde sitios donde no hay escuelas de cine*.

DesInformémonos. <https://desinformemonos.org/el-cine-que-irrumpe-desde-sitios-donde-no-hay-escuelas-de-cine/>

- Plataforma Nacional de Transparencia. (2025, 30 de junio). *Contratos por honorarios UNACH*. Consulta Pública MX. <https://consultapublicamx.plataformadetransparencia.org.mx/vut-web/faces/view/consultaPublica.xhtml?idEntidad=MDC=&idOrgano=MDC=&idSujetoObligado=MTM2OQ==#tarjetaInformativa>
- PricewaterhouseCoopers S. L. (PwC). (s. f.). *Estudios de impacto económico* [Guía y brochure].
- Rey, G. (2018). *Industrias creativas y educación: La escuela en medio de las transformaciones culturales*. Educación y Ciudad, (35) 13–24. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6702418.pdf>
- Universidad Autónoma de Chiapas. (2024, 15 de abril). *Primer concurso abierto de oposición 2024.1 para profesores de tiempo completo*. UNACH. <https://www.unach.mx/component/k2/primer-concurso-abierto-de-oposicion-2024-1-ptc>
- U-TAD. (2022, 11 de noviembre). *Alfredo Lango, animador: “México genera el 7 % del PIB de la industria de la animación a nivel Latinoamérica”*. U-TAD. <https://u-tad.com/alfredo-lango-animador-mexico-genera-el-7-del-pib-de-la-industria-de-la-animacion-a-nivel-latinoamerica/>

**El nuevo espacio público. El uso de las tecnologías en la generación de una economía local basada en el desarrollo artístico y cultural de la comunidad en la gestión de los espacios públicos.**

The new public space. The use of technologies in generating a local economy based on the artistic and cultural development of the community in the management of public spaces.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 04/10/2025 Revisión: 20/11/2025 Aprobación: 04/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.v6.n11.e0026

**Omar Alejandro Luna León**

Universidad de Guadalajara. México

[alx.leon18@gmail.com](mailto:alx.leon18@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0003-3088-1582>

## Resumen:

El presente trabajo analiza de qué manera las tecnologías digitales están redefiniendo el espacio público urbano, al propiciar nuevas formas de participación comunitaria en proyectos artístico-culturales y al contribuir a la generación de economías locales sostenibles. El estudio parte de la transformación del espacio público tradicional hacia un modelo híbrido, físico-digital, sustentado en aportaciones teóricas sobre la democratización del arte, el desarrollo tecnológico y la configuración de mercados culturales comunitarios. Metodológicamente, se apoya en un enfoque cualitativo que combina el análisis de casos de estudio con una revisión bibliográfica de autores clave en los ámbitos de la cultura digital, el arte contemporáneo y la economía creativa. A lo largo del texto se examina el papel de las plataformas digitales en la reconfiguración de las interacciones sociales dentro de los espacios públicos, así como su incidencia en los procesos de democratización del acceso y la producción artística y en sus efectos sobre las dinámicas económicas locales. Finalmente, se proponen estrategias orientadas a la integración de la tecnología en la gestión cultural comunitaria, entendiendo al espacio público como un ecosistema dinámico que, bajo un enfoque inclusivo, fortalece el tejido social, impulsa la creación cultural y promueve el desarrollo económico a escala local.

**Palabras clave:** Arte. Cultura. Espacio Público. Tecnologías Digitales. Comunidad. Economía.

## Abstract:

This paper examines how digital technologies are redefining urban public space by fostering new forms of community participation in artistic and cultural projects and by contributing to the development of sustainable local economies. The study is grounded in the transformation of traditional public space into a hybrid physical-digital model, supported by theoretical contributions on the democratization of art, technological development, and the formation of community-based cultural markets. Methodologically, it adopts a qualitative approach that combines the analysis of case studies with a review of key authors in the fields of digital culture, contemporary art, and the creative economy. Throughout the text, the role of digital platforms in reshaping social interactions within public spaces is examined, as well as their impact on processes of democratizing access to and production of art and on local economic dynamics. Finally, the paper proposes strategies for integrating technology into community cultural management, conceptualizing public space as a dynamic ecosystem that, when managed through an inclusive approach, strengthens the social fabric, fosters cultural creation, and promotes local economic development.

**Keywords:** Art. Culture. Public Areas. Digital Technologies. Community. Democratization. Economy.

## Introducción

Actualmente, a través de la tecnología, el espacio público se convierte en un punto de encuentro virtual y físico donde la comunidad, mediante intervenciones artísticas y proyectos culturales, pueden redefinir el paisaje urbano para ofrecer una plataforma para la expresión artística y cultural que favorezca la participación comunitaria y la democratización del arte. La intención de este trabajo es analizar cómo esta transformación del espacio público en comunidad, a través del acceso a experiencias artísticas y culturales por medio de las plataformas digitales y la conectividad, puede generar una economía local que favorezca tanto a creadores y artistas como a la propia comunidad. Asimismo, se revisan las posibles repercusiones y beneficios sociales derivados de lo anterior, a partir de las siguientes consideraciones:

1. El impacto de las plataformas digitales y las redes sociales en la redefinición del espacio público urbano.
2. La democratización y acceso al arte y la cultura a través de las plataformas digitales en beneficio económico de creadores.
3. Las nuevas formas en que el arte y cultura emergen en los espacios públicos urbanos de una comunidad y sus beneficios económicos.
4. Estrategias para emplear tecnologías y plataformas digitales con el fin de crear un mercado artístico y cultural local.

Estos acercamientos permiten definir las bases para generar una nueva concepción del espacio público desde una perspectiva artístico-cultural, donde la tecnología actúa como medio para el desarrollo económico de creadores, artistas y comunidad.

## Las plataformas digitales y espacio público

Tradicionalmente, el espacio público urbano se ha concebido como un lugar físico de encuentro, interacción y expresión de ideas: plazas, parques, jardines, calles, entre otras. No obstante, con la expansión de las plataformas digitales, esta noción se transforma, dando paso a una fusión entre los espacios físicos y virtuales. La tecnología digital y las redes sociales han permitido que la ciudadanía se organice y movilice más allá de las fronteras físicas: desde organizar marchas para colectivos hasta coordinar protestas de gran escala. Esta ruptura de las barreras físicas ha generado una transformación psicosocial, especialmente visible en jóvenes y adultos jóvenes, (“Generación X”, en adelante), quienes moldean su identidad y cotidianidad a partir de estas tecnologías y medios de comunicación. Con ello, el uso de los espacios se redefine desde lo laboral, comercial hasta lo recreativo y cultural.

Un ejemplo de esto se puede observar en su artículo Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana, de Lemus (2017), quien, a partir de entrevistas a jóvenes argentinos, hace un análisis de como las nuevas

tecnologías, redes sociales y plataformas digitales han transformado las interacciones sociales de estos jóvenes en la actualidad, ya que, estas herramientas sirven no solo para comunicarse, generar lazos afectivos y manifestar intereses, sino también para construir nuevas prácticas, actividades, conductas e identidades. Lemus destaca cómo estas tecnologías se manifiestan en distintos aspectos de la vida: el escolar, familiar y social, a su vez, concluye que las tecnologías digitales son hoy un “soporte” de la manera de vivir de la juventud, que debido a la velocidad de la información y del mundo debe atenderse de manera situada, ya que, en efecto, en la actualidad a partir de estas herramientas los jóvenes forman y establecen su propia individualidad y sentido de pertenencia.

Para atender esta dinámica planteada por Lemus, es importante la modernización, gestión y conceptualización de un nuevo espacio público, que corresponda a la cotidianidad cambiante, evolutiva y fugaz de las tendencias actuales, así como a las dinámicas que se generan tanto en el metaverso de internet como en la convivencia humana de las comunidades.

A esto se suma el impacto que las redes sociales también ha tenido para transformar el espacio público urbano de maneras más sutiles, pero igualmente significativas. Estas interacciones ocurren en plataformas como Facebook, Instagram o Twitter, y afectan la manera en que los individuos (usuarios) perciben y experimentan las ciudades. Las imágenes de lugares emblemáticos, murales e hitos urbanos o eventos públicos compartidos en línea, por generar visitas, comunicar o informar, contribuyen a la creación de una "ciudad digital" paralela a la que coexiste con el espacio físico. Este fenómeno también ha impulsado la gentrificación digital de algunos lugares, donde la popularidad en estas redes sociales de ciertos comercios, barrios, hitos o espacios urbanos los convierte en destinos turísticos virtuales, atrayendo a nuevos públicos que pueden modificar la dinámica local.

Además, herramientas como la geolocalización y las aplicaciones de mapas han facilitado nuevas formas de movilidad y apropiación del espacio urbano. Un ejemplo de este fenómeno es el caso de PokemonGO, un videojuego móvil de realidad aumentada (RA) que, a través de su popularidad, generó grupos de personas (de diversas edades y grupos sociales) se reúnen para actividades recreativas guiadas geográfica y socialmente por la jugabilidad de la aplicación. Esto no solo facilitó el acceso a actividades de ocio, sino que también promovió una mayor conexión entre las personas y la ciudad, desdibujando las fronteras entre lo privado y lo público, lo físico y lo digital.

Este fenómeno puede trasladarse al contexto local, como la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. Esta ciudad cuenta con numerosos espacios públicos subutilizados por diversos factores sociales (inseguridad, mantenimiento, diseño, etc.). Sin embargo, de acuerdo con González (2024), exsecretaria de Cultura del Estado de Jalisco (2012–2024):

Tener buenos pilares que entreguen información precisa y confiable, va a permitir que estados, como Jalisco, tomen mejores decisiones frente a sus políticas culturales, y se comprendan sus dinámicas e implicaciones basadas en evidencia. También es una manera de reivindicar y posicionar el papel que tiene la cultura para la inclusión social, la participación y el bienestar de las comunidades (p.8)

Esto es importante, pues esta visión sobre el papel de la cultura en una sociedad como la tapatía, asediada por la descomposición del tejido social y la subutilización del espacio público, demuestra áreas de oportunidad que pueden atenderse mediante el uso práctico y cotidiano de tecnologías, redes sociales y plataformas digitales, tanto por parte del gobierno como de las comunidades. No solo en el ámbito artístico-cultural, sino también en la generación de oportunidades de desarrollo económico y social que puedan replicarse en distintos entornos comunitarios

Un ejemplo destacado de impacto cultural en espacios públicos mediante plataformas digitales en Guadalajara es el Paseo Literario "Fray Antonio Alcalde". El diario La Crónica de Hoy (2022) reporta en su artículo Los 2.8 kilómetros de Paseo Alcalde se convertirán en el Paseo Literario más grande del mundo, cómo esta intervención literaria impulsada por la Universidad de Guadalajara, transformó el Paseo Alcalde en un corredor cultural interactivo en el cual, se instalaron placas con frases de escritores jaliscienses, cada una con un código QR que permite a los transeúntes acceder a biografías y obras literarias. Además, el ayuntamiento habilitó 42 puntos de acceso Wi-fi gratuito, ofreciendo más de 13,500 libros electrónicos, convirtiendo al Paseo Alcalde en el paseo literario más grande de su tipo en el mundo.

En conclusión, hay que reflexionar cómo las plataformas digitales y redes sociales están reconfigurando el espacio público urbano al expandir las posibilidades de interacción y participación más allá de las barreras físicas. La convivencia entre el espacio urbano físico y virtual plantea nuevas posibilidades sobre cómo redefinir el espacio público en esta era digital y cómo se puede garantizar un acceso inclusivo para que los habitantes de una comunidad puedan, crear, participar y desarrollar, a partir del arte y cultura, nuevas dinámicas tanto económicas y sociales que restablezcan el tejido social.

## **Democratización y acceso al arte en la actualidad**

Desde finales del siglo XX, con el crecimiento poblacional y el aumento de la desigualdad social, el acceso a obras artísticas y culturales ha estado limitado a ciertos grupos sociales, grandes capitales, el poder político y/o quienes podían permitirse asistir a museos, galerías, teatros, festivales, entre otros. Sin embargo, con la proliferación de internet y las plataformas digitales, las barreras geográficas, económicas y sociales se han reducido significativamente.

Hoy en día, cualquier persona con una conexión a la red puede explorar una vasta cantidad de contenido artístico, desde exposiciones de arte hasta representaciones teatrales y conciertos, sin importar su ubicación o poder adquisitivo. Se hace énfasis en las barreras geográficas porque dada esta accesibilidad, resulta inconcebible que estas dinámicas digitales, como se mencionó en el apartado anterior, no se hayan transportado plenamente al ámbito local, a la urbe, a las comunidades y, finalmente, al espacio público, donde permita a los habitantes y, sobre todo, los creadores.

Entendido que las barreras geográficas pueden disolverse gracias a las herramientas actuales, también deben concebirse como un recurso sobre el cual creativos y comunidad al igual que, con cualquier otro lienzo, salón de baile o cantera, pueden moldearse actividades, interacciones sociales, artísticas y culturales. De estas dinámicas pueden desprenderse manifestaciones tanto temporales como permanentes, que fortalezcan el sentido de pertenencia urbano y psicológico de quienes las crean, viven y experimentan, así como los beneficios económicos que pueden surgir de ellas.

En cuanto a la democratización de la cultura, García (2021), en La democratización de la cultura y la socialización del conocimiento en un contexto de crisis, realiza un interesante recorrido histórico, para mostrar cómo los recursos tecnológicos transforman la manera en que la civilización concibe y manifiesta la cultura, influyendo en estructuras sociales, políticas, económicas e incluye el propio espectro cultural. cómo la tecnología debería usarse no solo como herramienta de comunicación e información, sino también trasladarse al ámbito creativo, educativo y crítico, promoviendo instituciones y colectivos más participativos y democráticos en el acceso a la cultura y en el desarrollo de la sociedad.

Esto es relevante, y muy significativo, pues implica como se mencionó antes, al igual que el espacio público, la tecnología es un recurso y, en conjunto, se convierten en una herramienta contemporánea: el nuevo “pincel y lienzo” para el desarrollo artístico y cultural de libre acceso, tanto hoy como en el futuro, haciéndolo más democrático y humanista.

La democratización del arte ha buscado generar un acceso más inclusivo a la cultura y a las nuevas expresiones artísticas, impulsada por iniciativas tanto públicas y privadas que promueven la participación de comunidades diversas en proyectos artísticos. En su artículo La democratización del arte a través de las redes sociales, Lau (2024) afirma:

[...] la creciente conciencia sobre la importancia de la diversidad y la inclusión en el arte está llevando a un mayor apoyo y visibilidad para artistas marginados y subrepresentados en la industria del arte. Las redes sociales están desempeñando un papel crucial en este proceso al permitir que estos artistas compartan su trabajo con una audiencia global y desafíen las normas establecidas del arte.

A partir de lo planteado por Lau y en concordancia con García, se abre un componente esencial para democratizar el arte y la cultura: no basta con democratizar el acceso a la obra, también debe reconocerse y reivindicarse a quienes la producen, los artistas y creadores. Debe existir una conciencia actual y moderna que, más allá de las galerías y redes sociales, valore el arte que se genera en el entorno comunitario, donde el “boca a boca” y la interacción local son fundamentales. Además, así como es posible difundir obras a escala global mediante plataformas digitales, ofrecerlas a nivel local puede crear un mercado que fortalezca tanto el desarrollo cultural de la comunidad como el sustento económico de artistas y creadores.

Sin embargo, es importante añadir que, como problemática nueva, la gentrificación en ciertos contextos puede interferir con estos procesos. Crear mercados culturales locales puede elevar los costos de vida tanto de los productos artístico-culturales, así como transformar las dinámicas sociales de las comunidades donde se implementan. Esto podría limitar el

acceso de las clases populares al arte y la cultura. Por ello, es necesaria una adecuada gestión y organización, desde el gobierno o la propia comunidad, para aprovechar estas oportunidades de manera sostenible y equitativa utilizando los recursos tanto geográficos, urbanos y tecnológicos.

Las famosas aplicaciones de citas como Tinder, Bumble, Grinder y las tradicionales de Meta, funcionan como bancos de usuarios que, a la orden, se pueden visualizar intereses, habilidades y metas. Estas características pueden usarse en comunidad para crear vinculaciones sociales que ayuden a que creadores puedan expresar sus intereses y obras, a la vez que comunican, educan y cultivan nuevas formas de convivencias digital y física.

Lo mismo sucede con plataformas enfocadas a la difusión de ciertas disciplinas o productos como Spotify, AppleMusic, Netflix, entre otras, incluidas las institucionales y dedicadas. Aunque difunden contenido, suelen carecer de verdaderas interacciones sociales, lo que abre una oportunidad para trasladar estos productos al ámbito local y acercarlos a usuarios reales en entornos físicos.

En definitiva, la democratización del arte, apoyada por la tecnología, no solo amplía el acceso, sino que puede generar una cultura más inclusiva, plural y económicamente sostenible, donde la participación activa y crítica de la comunidad sea el motor de una transformación profunda del espacio público urbano.

## **Arte, cultura, espacios urbanos y conectividad digital**

Una de las formas más visibles en que el arte emerge en los espacios urbanos es gracias a la conectividad digital a través del arte urbano interactivo y las instalaciones digitales. Las calles, plazas y edificios de las ciudades se convierten en lienzos para una diversidad de proyectos que utilizan tecnología para transformar el espacio público.

Fonseca (2014) ya planteaba que el espacio público debe adaptarse a las características de la vida contemporánea y a nuevas formas de comunicación como lo son las aplicaciones móviles, videojuegos, redes sociales entre otros medios, que permitan a los habitantes apropiarse de estos espacios.

Proyecciones de video, instalaciones de luz, murales interactivos y arte digital en pantallas públicas permiten que el arte sea parte integral del paisaje urbano, al mismo tiempo que invita a los transeúntes a interactuar y participar en la experiencia. Las redes sociales juegan un papel clave en la difusión y visibilidad de estas intervenciones urbanas, ya que las personas pueden compartir instantáneamente sus experiencias, creando una conexión entre el espacio físico, la esfera digital y la convivencia comunitaria.

Es aquí donde la cultura popular es la primera en manifestarse, misma que es monopólicamente dueña del discurso sociocultural y económico de la población a nivel global, pero que, a nivel local de acuerdo con el contexto, adquiere

significados más profundos. En México, por ejemplo, la crítica y manifestación artística popular (desde la Revolución hasta la fecha) expresa luchas sociales, políticas e identitarias. Monsiváis (1981) señala:

En la cultura popular de México intervienen, por debajo de espectáculos y diversiones, las luchas por el empleo y la habitación, la acre resistencia a la opresión múltiple. Esencializada, la cultura popular no es la suma mecánica de los ofrecimientos de una industria, sino la manera en que una colectividad asume y asimila, transformándolos en búsqueda de derechos: al trabajo, al humor, a la sexualidad, a la vida ciudadana. Si tal definición es retórica, por lo menos no hace depender el conjunto de una formación clásica en el origen de los tiempos. La cultura popular hoy es asunto de diaria definición militante en todos los campos. (p.33)

Como inspira Monsiváis, la conectividad digital debe ser vista como una oportunidad para fomentar nuevas formas de participación cultural colectiva. Las plataformas digitales pueden funcionar como espacios de creación colaborativa, impulsando iniciativas ciudadanas como murales colectivos, performances transmitidos en vivo o proyectos comunitarios de música y danza, entre muchos otros.

Estos proyectos forman nuevas interacciones que se pueden incorporar a un nuevo mercado cultural, con la enseñanza del uso de estas nuevas tecnologías y expresiones, atrayendo a un público más contemporáneo: personas cuya vida ha estado mediada por tecnologías digitales, streaming, programación, videojuegos, proyecciones etc. Estas disciplinas pueden adquirir un carácter social y cultural, diluyendo las barreras entre lo digital y lo físico, abriendo oportunidades para emprendimientos educativos y artísticos.

En consecuencia, la conectividad digital ha desencadenado una verdadera revolución en la forma en que el arte y la cultura emergen en los espacios urbanos de las comunidades. Al ofrecer nuevas formas de creación, participación y difusión, las tecnologías digitales han permitido que el arte sea más accesible, inclusivo y dinámico, enriqueciendo la experiencia cultural urbana y haciendo que las ciudades sean lugares más vivos, conectados y participativos, que desentrañen la belleza del producto más humano, el arte.

## **Implicaciones de la cultura y el uso de tecnología**

La integración de las tecnologías digitales en el espacio público no solo transforma las dinámicas culturales y urbanas, sino que también plantea nuevos desafíos en términos de accesibilidad y equidad. Según Campiti y Sanjurjo (2021), al retomar a Winner (1985), explican que:

Las tecnologías desarrolladas por las sociedades, conscientemente o no, influyen en la manera de trabajar, comunicarse, viajar o consumir de las personas. Como facilitan el poder, la autoridad y ayudan a establecer privilegios,

no pueden ser consideradas como neutrales. [...]Las cualidades políticas no están exentas en estos casos, ya que se pueden establecer autoridades y fortalecer relaciones asimétricas existentes.

Estas observaciones sobre las tecnologías en general son aplicables a las tecnologías digitales en particular. Sin embargo, estas transformaciones, así como sugiere Campiti y Sanjurjo, han traído consigo nuevos retos relacionados con la accesibilidad, la equidad y el control del espacio público. El diseño y la gestión de estos nuevos espacios requieren un equilibrio entre la innovación tecnológica y el respeto por la diversidad social y cultural de las comunidades.

La creación de espacios públicos culturales en el ámbito digital a menudo involucra a actores privados y empresas tecnológicas que, a través de algoritmos y plataformas comerciales, pueden influir en el tipo de contenido que se muestra y en cómo se distribuye. Esto se relaciona con las preocupaciones sobre la comercialización del arte y la cultura mencionadas anteriormente, y con la posible exclusión de grupos o expresiones culturales que no se ajustan a los intereses comerciales de estas plataformas. Además, el acceso desigual a la tecnología y la conectividad en diversas áreas de una comunidad, ciudad o contexto puede generar una división entre aquellos que tienen la capacidad de participar activamente en estos espacios y aquellos que se quedan al margen, exacerbando las desigualdades sociales y urbanas de la comunidad.

Por ello, la gestión y modernización de políticas públicas debe agilizarse para atender estas realidades. Sin embargo, aun cuando estas transformaciones sean lentas, los creadores pueden utilizar los recursos tecnológicos y digitales existentes para apropiarse del discurso y de la vida cotidiana de sus comunidades: de sus historias, lenguajes, talentos, problemas y dinámicas que se expresan en calles, plazas y parques, moldeando la cultura que se manifiesta en el arte y que define al ser humano mediante su entorno.

Este sentimiento de empoderamiento cultural sobre la ciudad se refleja en el análisis de Chávez (2014), quien, retomando a García Canclini, concluye:

Las ciudades no son solamente ámbitos físicos dominados por la materialidad de sus calles, sus parques, sus edificios y sus señales. Las ciudades se configuran también como imágenes (García Canclini, 1997), [...] Al final, la ciudad se vuelve densa, cargada de fantasías heterogéneas, de ficciones individuales y colectivas.

De acuerdo con esta visión, como sugiere Canclini, es importante implicar a la tecnología en las dinámicas sociales ya no se diga solo en el ámbito artístico-cultural, actualmente se debería dotar la modernidad a la ciudad a través del potencial de un mundo interconectado virtualmente, en post siempre, del ser humano actual, con hambre de visibilidad, reconocimiento, experiencias fugaces que puede lograr sin recorrer grandes distancias, hacer gastos económicos, simplemente salir a su calle, recordar y reencontrar que como él, ese mundo virtual también existe en la realidad cotidiana.

## Estrategias de inversión en cultura a través de la tecnología

Actualmente, como se ha argumentado, las actividades artístico-culturales pueden desempeñar un papel fundamental en el desarrollo económico y social de las comunidades. La implementación de tecnologías digitales, como las aplicaciones móviles, arte digital, videojuegos, entre otros, abre nuevas oportunidades para dinamizar la economía local mediante la gestión y promoción de eventos culturales en espacios públicos.

Un ejemplo de esto es la inversión en laboratorios de arte digital en contextos comunitarios. Estos espacios no solo fomentan la producción artística local mediante herramientas tecnológicas, sino que también estimulan procesos de innovación social y fortalecen el tejido social. Como señalan Beltrán y Alsina (2020), los laboratorios ciudadanos y de arte digital pueden actuar como dispositivos de mediación cultural capaces de articular saberes técnicos y cotidianos, promoviendo la cocreación entre artistas, tecnólogos y comunidad. Esta articulación genera valor simbólico y material en territorios muchas veces marginados por las industrias culturales tradicionales, abriendo el camino para nuevos modelos de sostenibilidad y emprendimiento cultural.

Desde una perspectiva económica, invertir en este tipo de infraestructuras culturales descentralizadas permite dinamizar mercados culturales emergentes y democratizar el acceso a la producción artística digital. El investigador Andrés Walliser (2013) destaca que la creación de ecosistemas culturales en barrios periféricos tiene efectos positivos en la revitalización urbana, generando empleo y nuevas redes de colaboración. Asimismo, la UNESCO (2021) subraya el rol de la cultura digital como motor de desarrollo sostenible al señalar que los espacios de creación comunitaria pueden contribuir a la inclusión digital y como se ha mencionado antes, la innovación educativa.

Otra estrategia efectiva es la implementación de aplicaciones móviles para la gestión cultural comunitaria que puede ser efectiva para dinamizar la economía local mediante actividades artístico-culturales en espacios públicos. Al facilitar la organización, difusión y participación en eventos culturales, estas aplicaciones promueven la apropiación del espacio público, fortalecen la identidad comunitaria y fomentan la economía cultural local.

Estudios como los de Deuze (2007) subrayan la necesidad de superar la brecha digital mediante políticas que reconozcan el valor estratégico de la creatividad local como motor de cohesión social y desarrollo. Por lo tanto, invertir en estas tecnologías no solo implica dotar de equipamiento, sino construir ecosistemas culturales sostenibles y centrados en el desarrollo de comunidad.

En síntesis, la inversión en cultura a través de tecnologías digitales representa una estrategia clave para impulsar el desarrollo económico, social y cultural en contextos comunitarios. Iniciativas como los laboratorios de arte digital y las aplicaciones móviles de gestión cultural no solo democratizan el acceso a la creación artística, sino que también fortalecen la cohesión social, fomentan la innovación y dinamizan la economía local. Al articular saberes técnicos y comunitarios, estas

estrategias permiten construir ecosistemas culturales sostenibles que valoran la creatividad local como un recurso estratégico para la transformación social y urbana. Es por ello que la tecnología aplicada a la cultura no debe verse únicamente como una herramienta, sino como un motor para el desarrollo integral de los territorios.

## Conclusión

El uso de plataformas digitales en la configuración del nuevo espacio público ha redefinido las dinámicas sociales, culturales y urbanas. Este fenómeno, impulsado por la conectividad digital, abre oportunidades para una mayor inclusión y participación ciudadana en los procesos culturales, permitiendo que las comunidades no solo accedan al arte y la cultura, sino que también se conviertan en agentes activos de creación, difusión y transformación.

A lo largo de este trabajo se ha expuesto cómo la integración entre espacio físico y entorno digital genera nuevas formas de apropiación del espacio urbano, facilitando expresiones artísticas más accesibles, dinámicas e inclusivas. Sin embargo, este proceso no está exento de desafíos: las desigualdades en el acceso a la tecnología, la concentración del poder en plataformas comerciales y la posible exclusión de ciertos sectores sociales. Esto exige una gestión crítica, participativa y tanto del ecosistema cultural digital como del físico.

La clave está en encontrar un equilibrio entre innovación y justicia social, entre conectividad y diversidad, entre tecnología y humanidad. Es indispensable repensar las políticas públicas, fortalecer la participación ciudadana y fomentar una visión colectiva del espacio público como lugar de encuentro, creación, memoria y transformación.

En este contexto, el individuo deja de ser un espectador pasivo para convertirse en creador, difusor y gestor de una cultura más democrática, plural y comprometida. Esta nueva ciudadanía digital y cultural contribuye al desarrollo artístico y urbano y promueve la construcción de comunidades más conscientes y cohesionadas con el mundo moderno y los nuevos modelos urbanos.

Finalmente, el espacio público se configura como una plataforma viva, donde lo urbano y lo digital dialogan constantemente, revelando la potencia del arte como vehículo de identidad, justicia y pertenencia para una nueva sociedad más culta, educada, reflexiva, activa y comprometida con la ciudad, la seguridad, el medio ambiente, etc., y, por si fuera poco, con el ser humano.

## Referencias

- Beltrán, M., & Alsina, P. (2020). Laboratorios ciudadanos y laboratorios de arte y tecnología: Convergencias, divergencias y complementariedades. En: *Tecnocultura y desarrollo humano*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- Campiti, N. y Sanjurjo, P. (2021). *Plataformas digitales e industrias culturales, entre el emprendedorismo, el micromecenazgo y la autogestión: el caso de País de Boludos*. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. <https://www.aacademica.org/000-074/664>
- Chávez Martín, M. A. (2014): Artistas y espacio urbano: la representación de la ciudad en el arte contemporáneo. *Historia y Comunicación Social*, 19, 277-288. [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45132](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45132)
- Dethier, J.; Guiheux, A. (1994). *Visiones urbanas. Europa 1870-1993. La ciudad del artista. La ciudad del arquitecto*. Electa
- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Polity Press.
- Fonseca, J.M. (2014). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 4(7). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499051556003>
- García Galindo, J. A. (2021). La democratización de la cultura y la socialización del conocimiento en un contexto de crisis. *Revista Eviterna*, (9), 221–236. <https://doi.org/10.24310/Eviternare.vi9.11554>
- La Crónica. (2022). *Los 2.8 kilómetros de Paseo Alcalde se convertirán en el Paseo Literario más grande del mundo*. <https://www.cronicajalisco.com/notas-los-28-kilometros-de-paseo-alcalde-se-convertiran-en-el-paseo-literario-mas-grande-del-mundo-115621-2022>
- Lau, P. (2024). La democratización del arte a través de las redes sociales. *Apreciarte.pe*. <https://apreciarte.pe/articulos/la-democratizacion-del-arte-a-traves-de-las-redes-sociales/>
- Lemus, M. (2017). Jóvenes frente al mundo: Las tecnologías digitales como soporte de la vida cotidiana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 15 (1), pp. 161-172. <http://dx.doi.org/10.11600/1692715x.1510902022016>
- Monsiváis, C. (1981). Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares en México. *Cuadernos Políticos*, (30), 33.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2024).

Panoramas culturales: una exploración para la sostenibilidad de la cultura en Jalisco. UNESCO.

p.8. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391081>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021).

Re|pensar las políticas para la creatividad: Plantear la cultura como un bien público global. París:

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Walliser, A. (2013). Nuevas políticas urbanas, regeneración y cultura: El papel de la innovación social y los colectivos ciudadanos. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales (CyTET)*, 45(177), 25-42.

## La periferia de las librerías independientes ante la centralización de la industria editorial mexicana.

The periphery of independent bookshops  
in the face of centralisation in the Mexican publishing industry.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 07/10/2025 Revisión: 22/11/2025 Aprobación: 03/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.e0027

**Jazmin del Carmen Campos Díaz**

Universidad de Guadalajara. México

[jazmin.campos7906@alumnos.udg.mx](mailto:jazmin.campos7906@alumnos.udg.mx)

<https://orcid.org/0009-0001-1035-1627>

### Resumen:

A partir de una aproximación general a la centralización de la industria editorial en México en el sector privado y librero, este artículo presenta un análisis del estado actual en el que operan las librerías independientes como resistencia a las prioridades y exigencias del mercado. Gracias al resultado de las entrevistas a las librerías de El Traspatio (Morelia) y La Cosecha (San Cristóbal de las Casas), se busca contribuir a la construcción de un acervo escrito que demuestre los principales retos que enfrentan como proyecto en la periferia del país, así como los espacios sociales que fortalecieron en sus librerías a través de años de trabajo constante. Se concluye que las estrategias actuales de los agentes independientes del libro son una parte crucial de la resistencia al sistema, como la creación de alianzas entre libreros y editores, el funcionamiento de encuentros y festivales bajo alguna temática literaria que integre discusiones actuales y urgentes, así como la apuesta en común por la bibliodiversidad que mitiga la homogeneización de catálogos editoriales.

**Palabras clave:** Centralización cultural. Homogeneización cultural. Librerías independientes. Edición independiente. Bibliodiversidad. Periferia.

### Abstract:

Taking a general approach to the centralization of the Mexican publishing industry in the private and bookseller sectors, this article presents an analysis of the current state of independent bookstores as a resistance to market priorities and demands. Based on the results of interviews with booksellers in El Traspatio (Morelia) and La Cosecha (San Cristóbal de las Casas), we seek to contribute to the construction of a written heritage that demonstrates the main challenges they face as a project in the country's periphery, as well as the social spaces they have strengthened in their bookstores through years of constant work. It concludes that the current strategies of independent book agents are a crucial part of their resistance to the system, such as the creation of alliances between booksellers and publishers, the organization of meetings and festivals focused on literary themes that integrate current and urgent discussions, and the shared commitment to bibliodiversity, which mitigates the homogenization of publishing catalogs.

**Keywords:** Cultural centralization. Cultural homogenization. Independent bookstores. Independent publishing. Bibliodiversity. Periphery.

## Introducción

Las librerías son parte de los agentes del ecosistema del libro que permiten la correcta distribución de cualquier tipo de material editorial a lo largo del país. Según la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM) en los *Indicadores del sector editorial privado en México 2023-2024* (2024), las librerías son el principal canal de comercialización del libro, ya que aporta el 29% del total de ganancias por ejemplares vendidos y el 36% de la facturación acumulada a nivel nacional. Entre ellas encontramos las de cadena, conocidas por su mayor alcance y presencia en varias ciudades en México gracias a las sucursales que las conforman. En dichos establecimientos es posible que cualquier lector pueda acceder a una oferta similar entre el catálogo de libros, donde se incluyen aquellos con mayor índice de ventas que corresponden a la presencia de editoriales transnacionales que disponen en su producción tirajes de entre 11 mil y 12 mil libros como Penguin Random House y Planeta.

Por un lado, el Fondo de Cultura Económica es la librería que cuenta con mayor presencia en el país en la actualidad. Desde 1934, gracias al trabajo e ingenio de Daniel Cosío Villegas, El Fondo, primero fundado como casa editorial, ha sido reconocido por darle cabida a autores prestigiosos y de trayectoria con diversos ejes temáticos como economía, ciencias políticas, derecho y literatura. Durante la dirección de Arnaldo Ofilia (1948-1965) fue abierta la primera sucursal en Ciudad de México (Canal Fondo de Cultura Económica, 2019). Actualmente, cuentan con 117 librerías en México y 12 ubicadas en Argentina, Colombia, España, Ecuador, Perú, Estados Unidos, Chile y Guatemala.

Por otro, en esta categoría de librerías también se encuentran Librerías Gandhi, que cuenta con 44 sucursales, 21 en Ciudad de México y 23 en el interior de la república. También Librerías Porrúa cuenta con más de 60 librerías ubicadas en el país. Por su parte, Librerías Gonvill se posiciona en el territorio mexicano con 31 librerías localizadas entre la zona centro y el resto del país. Según el *Estudio del sector editorial en México* (2020), otras librerías que cuentan con un menor número de sucursales pero que se posicionan con grandes números de venta son librerías como El Sótano (11 sucursales entre Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Querétaro y Guanajuato), La Casa del Libro (13 sucursales entre el Estado y Ciudad de México) y El Péndulo (7 sucursales en Ciudad de México) (ProChile, 2020).

Es importante resaltar que más del 30% del total de establecimientos se encuentran en la capital del país, seguidos de Jalisco y del Estado de México. El resto de las ciudades que integran los otros porcentajes están relacionados según la cercanía a la Ciudad de México, ya que entre más cercano sean los trayectos entre la compraventa y distribución, mayor serán las ganancias y las oportunidades de promoción de los libros. Para fines de esta investigación, se entenderá al concepto de centralización como un sistema en conjunto que se caracteriza por disponer de un órgano central único en donde opera la cultura (Méndez, 1971). De esta manera, será posible ejemplificar el panorama general de la industria editorial dado el número de editoriales y librerías que operan en Ciudad de México como un órgano central en el país. En contraparte, se entenderá a la periferia como la zona externa que se mantiene a la distancia de la estructura urbana central (Arteaga, 2005). En donde, en

comparación con zonas metropolitanas o capitales, los espacios enfrentan la dependencia de zonas dominantes y una deficiencia infraestructural.

El objetivo de este artículo es analizar el panorama general de la centralización de la industria editorial mexicana en el sector privado, así como el número de los diferentes tipos de librerías que operan desde la capital del país con la intención de contrastarlo con el resto de los estados. A partir de dicho acercamiento, se presentarán los resultados cualitativos de las entrevistas individuales realizadas a las librerías independientes de El Traspatio (Morelia) y La Cosecha (San Cristóbal de las Casas) con el fin de distinguir la configuración de sus librerías, así como el concepto de independencia y la relevancia del oficio librero. Las librerías fueron seleccionadas debido a que se encuentran fuera de la capital del país, como periferia, y mantienen una gran presencia comunitaria en sus territorios. Además, se mencionarán algunos ejemplos de proyectos de gestión cultural en el contexto independiente como estrategias comunitarias en el ecosistema del libro ante la centralización cultural.

### La configuración de *independiente* en las librerías

Edgar García reúne en el artículo *La librería, entre el relato literario y los rastros históricos* (2019) un recorrido breve y detallado de la transformación de las librerías en nuestro país. A inicios del siglo XX en México, la introducción de editoriales españolas a la economía mexicana editorial provocó que varios editores adoptaran prácticas del oficio del librero. Un ejemplo de ello fue el proyecto de Porrúa y Robledo. Las redes de comercialización de libros fueron ampliándose, por lo que los agentes requerían espacios para la compra y distribución de los libros. Con la introducción de nuevos modelos de librerías, comenzó a existir una distinción entre unas y otras: “A partir de este momento —al menos en México— una era la librería de nuevo y otra la de viejo, punteando las disimilitudes a partir de la temporalidad del producto, su conservación y demanda” (García, 2019, p. 75). De esta manera, los lectores ahora accedían a un tipo de librería según sus necesidades bajo la mirada del librero encargado. La conceptualización semántica de una librería, para ese momento, no era diferente a ser un espacio que solamente vendía libros. Por lo tanto, librero era aquel que, indistintamente, vendía sus libros, ya fueran nuevos o usados: “vendía libros en un local expresamente dedicado al producto, cuidaba de la calidad 'moral' de su oferta y se reconocía conocedor de la variada producción editorial” (García, 2019, p. 76).

Desde mediados de los ochenta, la cadena productiva del libro ha sido transformada por las principales tendencias de producción que también se ven replicadas en las prácticas de lectura actuales. El mercado del libro se convirtió poco a poco en un proceso de centralización y la adquisición de editoriales por parte del capital transnacional que modificó en gran medida la concepción de editorial y librería (González, 2019). En todo este desencadenamiento, necesario para la difusión y discusión de la cultura escrita, han surgido proyectos que incluyen la palabra “independiente” en su nombre. Actualmente, es posible encontrar nuevas propuestas de librerías en el mercado que han sido denominadas por sus libreros con este concepto ante la

necesidad de posicionar proyectos con propuestas alejadas de la masificación del libro y más bien, respaldadas por la bibliodiversidad en sus catálogos como El Traspatio (Morelia), Impronta (Guadalajara), La Cosecha (San Cristóbal de las Casas), La Pessoa (Querétaro) y Polilla (Ciudad de México), por mencionar algunas.

Cada librería es expresada a partir de los ideales de un librero interesado en la manifestación y diversidad cultural, por tanto, a pesar de que se distingan cuáles son las independientes y cuáles no, cada una posee una naturaleza distinta. Según Hernández López (2021) en *Mapa de librerías en México según el Sistema de Información Cultural del Gobierno de México*, las librerías independientes, más allá de ser resultado de un librero con un amor profundo a los libros, también son espacios que promueven la creación de públicos y redes en torno al libro y la bibliodiversidad que apela a la introducción de editoriales independientes y escritores emergentes.

Para Chartier (2007) en *Librerías y libreros: historia de un oficio, desafíos del presente* (2007), los espacios de algunas librerías comenzaron por ir más allá de la venta masiva o ser el lugar de los grandes autores. En el mercado, los grandes modelos acertaron en sectores específicos de la oferta editorial, por lo tanto, como respuesta a una nueva necesidad en el sector, algunas pequeñas librerías apostaron por nuevas propuestas dentro del universo de publicaciones. En esta nueva apuesta destaca la inclusión de escritores emergentes, así como de proyectos editoriales pequeños o poco conocidos como estrategia para los nuevos o potenciales lectores.

Ahora bien, denominar a los pequeños proyectos como *independientes* es un punto de partida interesante para asumir que no son parte de los grandes conglomerados transnacionales editoriales y que operan desde el otro lado del mercado. Sin embargo, como mencionan López y Malumián (2016) en *Independientes, ¿de qué?*, nadie podría decir que se es independiente del mercado, ya que sería imposible sobrevivir como un modelo económico funcional y remunerado. En el caso particular de una editorial, las preferencias y decisiones se conforman en función al público objetivo o el nicho de un público objetivo, por lo que una única definición de lo que es independiente, se alejaría o aproximaría más a cierto tipo de proyectos que a otros. Es por ello por lo que es difícil definirlo, el concepto se encuentra en medio de excepciones y contradicciones.

Este artículo no pretende encontrar o intentar definir el término “independiente” de las librerías en México según el contexto del ecosistema del libro actual. Tratar de encontrar una definición representaría un reduccionismo de la expresión, posición política y resolución única frente al discurso actual de los libreros independientes. Por lo tanto, se contrastarán las respuestas de las librerías según su experiencia e intereses particulares para analizar y comparar sus similitudes o posibles diferencias para enriquecer el acervo escrito de las librerías independientes mexicanas.

El encuentro de comunidades, si bien se expresa de forma única a un nivel local, también cohabita con otro tipo de comunidades a nivel global y, en este sentido, es posible enriquecer el panorama gracias a la compartición de inquietudes y cuestionamientos acerca del posicionamiento de las librerías independientes, así como del papel de los libreros. La librería

Arias (2019) menciona: “Creo que una librería es una metáfora de la diversidad, que capta lo permanente en lo cambiante, y para el caso de las librerías es precisamente la gente: la gente que pregunta, que trata de responder a preguntas [...]” (p. 24). A continuación, se presenta el estado actual de la industria editorial mexicana en la que se encuentran insertas las librerías independientes.

## La contextualización de la industria editorial en México

El mercado editorial mexicano se divide en dos sectores principales: gobierno y sector privado. De acuerdo con el *Estudio del sector editorial en México (2020)* los tres canales de venta principales del sector privado son el gobierno, librerías y escuelas. Un ejemplo de ello en 2018 fue la producción de 200 millones de ejemplares entre la relación de agentes del sector privado y La Comisión Nacional de Libros de Textos Gratuitos (CONALITEG), por lo que el gobierno ejerce tanto el papel de editor como de comprador (ProChile, 2020).

En el Producto Interno Bruto (PIB) del sector cultural se integran 10 áreas generales de producción entre la que se encuentra la de los libros, impresiones y prensa. Según la CANIEM (2023) en *El peso del libro en la industria cultural mexicana*, el sector editorial representa 2.4% del total del PIB con 17,000 millones de pesos. Sólo en el área de los libros, el PIB es de 4,694 millones de pesos. Estas cifras son resultado de un decrecimiento, ya que en 2017 el PIB en libros era de 6,513 millones de pesos. Entre el periodo de reducciones constantes, 2020 fue el año con mayor reducción de porcentaje con 29.3% menos.

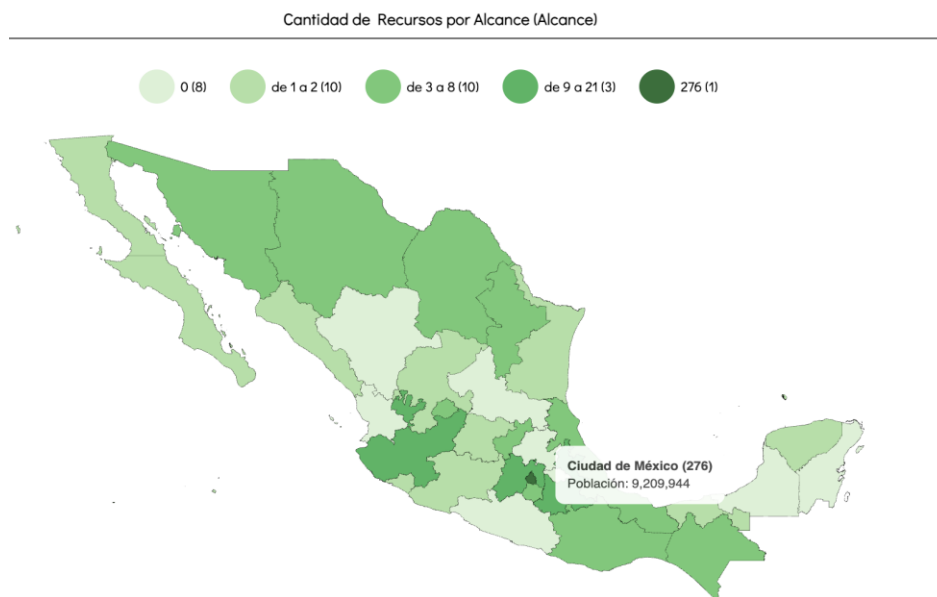
En las últimas décadas, el sector editorial ha experimentado cambios significativos tanto en la producción y distribución de libros como en el número total de editoriales que operan a nivel nacional, especialmente debido a los retos de la industria tras la pandemia por Covid-19. Durante 2021, 21 editoriales mantuvieron suspendidas sus actividades de 277 editoriales totales del sector privado. De las 206 editoriales restantes, todas reportaron un crecimiento en la comercialización de 0.31% de ejemplares y de 7.6% en facturación, sin embargo, 38% de la cantidad de ejemplares vendidos correspondió a las ediciones que se venden al Gobierno (Canal Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, 2021).

México dentro del contexto latinoamericano, es el país con mayor producción editorial del que le siguen países como Argentina, Colombia y, un poco más alejados, Perú, Uruguay y Chile. A nivel mundial, México representa el undécimo lugar del mercado para el sector editorial. Según la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España (2022), el PIB Cultural en el país fue de 815,902 millones de pesos del cuál 24,968 millones representa el área editorial. Estas cifras, en comparación a 2021, representan un incremento del 1.6% a pesar de la inactividad de algunos agentes debido a la pandemia. A nivel mundial, no es posible asemejar el sector editorial mexicano con otros países en cuanto cifras de producción y exportación. Tan sólo en España, la producción y venta de libros es mucho mayor en el mercado que en Latinoamérica si se reunieran las cifras de los 21 países que conforman una parte significativa del PIB Cultural según la industria de los libros.

Dentro del panorama general de la industria, según el Gobierno de México (s. f.), en México actualmente se encuentran 377 editoriales activas, las cuales se dividen entre el sector público y privado, mismo que integra grandes cadenas, universitarias e independientes. CANIEM (2024) reportó en 2023 la participación de 233 empresas dedicadas a la producción del libro en el sector privado. Asimismo, según la Gestoría en Comercio Exterior y la Oficina Comercial de Chile (2020) en la última década, el sector editorial mexicano tuvo un crecimiento en el número de editoriales independientes que componen el porcentaje actual. Esto representa un desafío en la forma de producción y estandarización en el mercado de los libros, a pesar de que los proyectos independientes se comprenden de retos de alcance, economía y distribución que una editorial convencional no tendría (o al menos no al mismo nivel).

Es importante señalar que más del 72% del total de editoriales se encuentran localizadas en la Ciudad de México como se muestra en la Figura 1. Entre los tres estados que le siguen, con un número total muy alejado de la capital del país, se encuentra Jalisco con 21 editoriales, Estado de México con 18 y Puebla con 9 editoriales.

**Figura 1.** Datos nacionales de editoriales. Cantidad de Recursos por Alcance.



Fuente: Tomado de Secretaría de Cultura (s.f.)

*Nota:* El conteo de las editoriales considera al sistema editorial público y privado. A pesar de ello, el mayor porcentaje se encuentra concentrado en la Ciudad de México.

La cantidad total de editoriales en el listado no integran proyectos editoriales independientes emergentes, por lo que los datos ofrecen un panorama general de acuerdo con aquellas que ya cuentan con trayectoria en el mercado. En este sentido, sería un error asumir que no hay ningún tipo de producción local editorial en los 8 estados faltantes o que son únicos y totales los números del resto de estados. Será tarea para investigaciones futuras realizar un mapeo de aquellos proyectos editoriales que aún no se ven reflejados en las bases de datos de cultura a nivel nacional que puedan ejemplificar la recuperación de la oferta bibliodiversa actual.

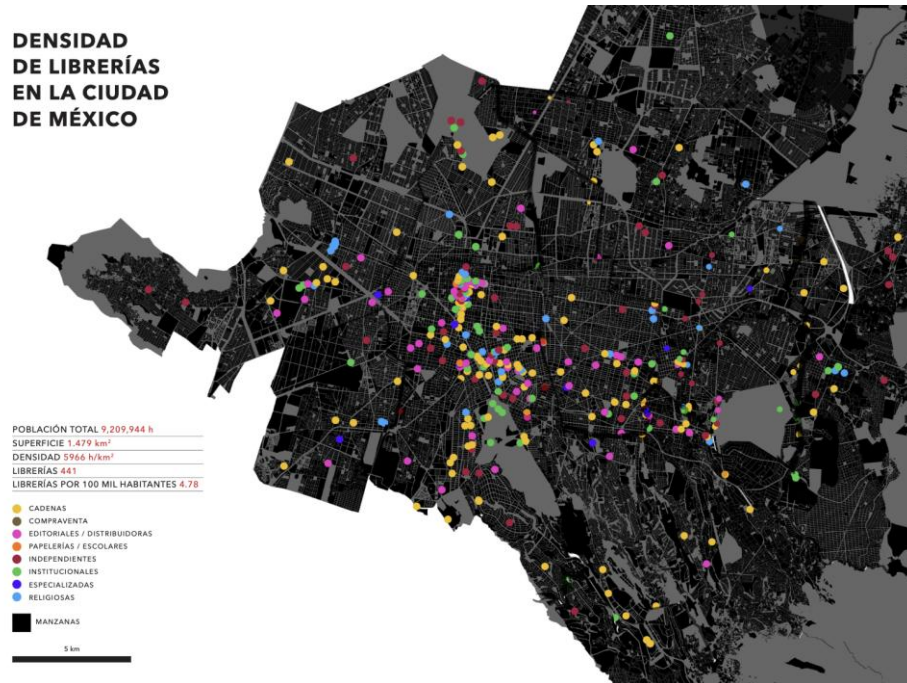
### **La centralización cultural de las librerías en Ciudad de México**

Debido al fenómeno de centralización cultural, actualmente Ciudad de México reúne la mayor cantidad de librerías independientes gracias a la compaginación de otros sectores del mundo del libro: editoriales, distribuidoras, escritores, artistas, talleres o centros de impresión. Dentro del diagnóstico territorial y cartográfico de librerías elaborado por Hernández López (2021) se designó un apartado sólo para Ciudad de México. Gracias a la densidad poblacional y la concentración de la industria cultural en muchas zonas de la ciudad, la cantidad de librerías que dispone es incomparable con otras ciudades en la república. Hernández López (2021) menciona que algunos de los factores que benefician y alimentan la circulación de libros y el sostenimiento de las librerías son la centralización política y económica, los constantes movimientos migratorios y la oferta de empleo. Según el Sistema de Información Cultural del Gobierno de México (s. f.) tan sólo en la alcaldía Cuauhtémoc están concentradas 177 librerías. A pesar del panorama favorable para muchos de los negocios, las librerías independientes atraviesan retos mucho mayores en comparación a librerías de cadena dado el número de compra y venta de títulos con mayor circulación, la dificultad de promoción o circulación de su catálogo, por mencionar algunos ejemplos. A partir de la pandemia por Covid-19, muchas librerías se vieron obligadas a cerrar: “sobre todo en el sector independiente, el más vulnerable de la cadena del libro” (Hernández, 2021, p. 71).

En la Figura 2 se muestra el número de librerías que se encuentran esparcidas en la ciudad. El número total es de 441 librerías que se dividen entre las de cadena (mayoría), compraventa, editoriales y distribuidoras, papelerías y escolares, independientes, institucionalizadas, especializadas y religiosas. Por cada 100,000 habitantes hay 4.78 librerías.

Figura 2

*Densidad de librerías en la Ciudad de México (2021)*



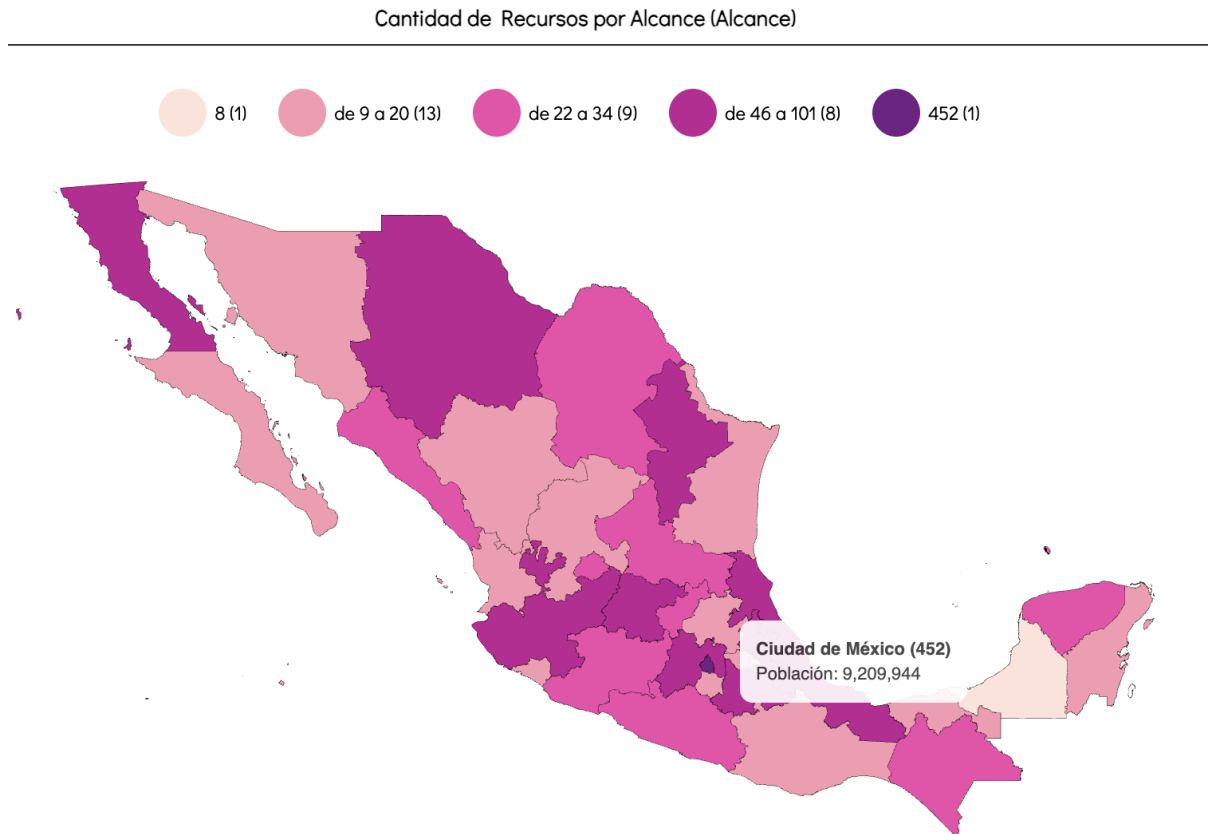
Fuente: Tomado de Hernández López (2021, pp. 72-73).

*Nota:* El mapa representa todas las categorías de librerías descritas en la simbología. Para su conteo y localización sólo se tomaron en cuenta aquellas que contaban con geolocalizador. Los puntos de color rojo representan a las librerías independientes.

Actualmente, es posible realizar una comparación a los mapas elaborados por Hernández López gracias a la actualización de datos en el Sistema de Información Cultural 2025. En Ciudad de México se encuentran 452 librerías (ver Figura 3), mientras que se señalan 8 estados que le siguen con el rango de 46 a 101 librerías, 9 estados de 22 a 34 librerías, 13 de 9 a 20 y, finalmente, 8 con una sola librería. Será fundamental retomar los nuevos datos del sistema para realizar una clasificación del tipo de librería, así como corroborar cuántas de aquellas librerías siguen activas en el mercado o cuáles fueron sustituidas por otras a causa de un posible cierre.

Figura 3

*Datos nacionales de librerías. Cantidad de Recursos por Alcance.*



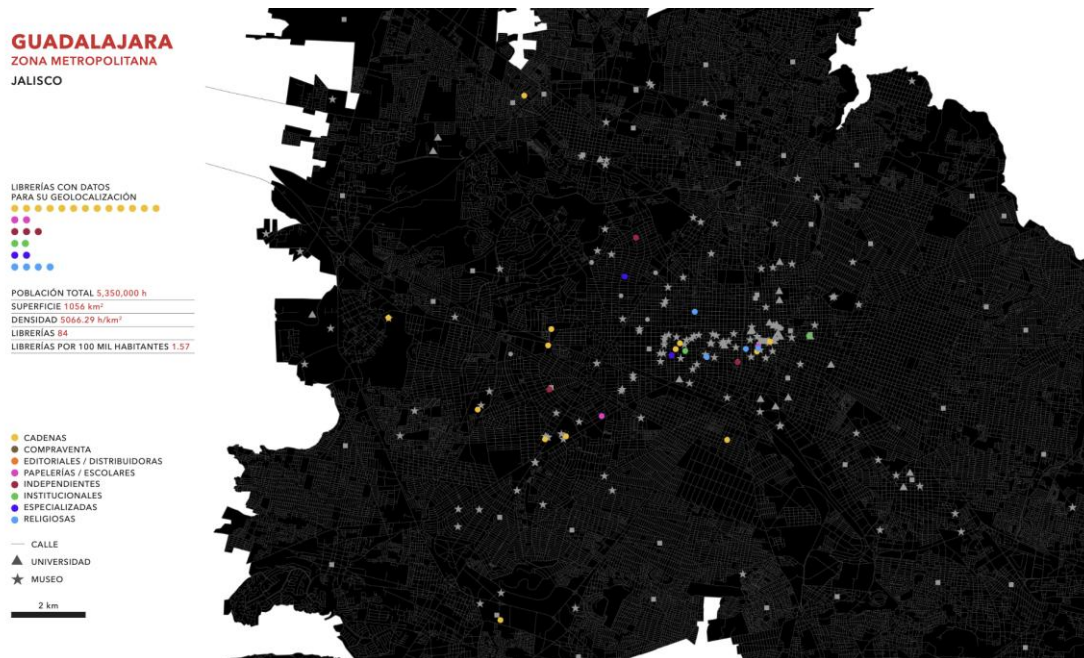
Fuente: Tomado de Gobierno de México (s.f.).

*Nota.* El sistema no clasifica en el mapa las librerías según sus modos de operación o identidad en el mercado editorial. Sin embargo, en la base de datos es posible acceder al listado completo de las librerías para realizar dicha clasificación.

A continuación, se retoman los mapas de Hernández López (2021) que retratan una aproximación a los tipos de librerías según las capitales de algunos estados. Como se muestra en la Figura 4 en la Zona Metropolitana de Guadalajara, es posible observar un menor número de librerías en comparación a CDMX. A pesar de ello, se trata de la segunda ciudad con más librerías en el país (p. 24). Por cada 100,000 habitantes en la zona hay 1.57 librerías, con un total de 84 en las que se integran las mismas clasificaciones.

Figura 4

Densidad de librerías en la Zona Metropolitana de Guadalajara (2021)



Fuente: Tomado de Hernández López (2021, pp. 58-59).

*Nota:* Para la elaboración del mapa la autora selecciona los municipios que integran la zona metropolitana en donde sólo hay 3 librerías independientes.

Como contraparte a las dos ciudades con más librerías, en Morelia y Tuxtla Gutiérrez (figura 5 y 6), se muestran representadas en el mapa 26 y 12 librerías totales respectivamente. A pesar de ello, debido a la densidad poblacional de ambos, proporcionalmente, por cada 100,000 habitantes, el mapa de Morelia muestra 2.62 librerías y Tuxtla Gutiérrez 2.07. Estos gráficos no muestran las implicaciones socioculturales y económicas que representan el número de librerías por ciudad, pero sí contrastan la concentración de industria cultural en el centro del país. Se seleccionó tanto Morelia como Tuxtla Gutiérrez para ejemplificar, en un contexto general, la cartografía en donde se sitúan actualmente las librerías El Traspatio y La Cosecha. A pesar de que esta última se encuentra en San Cristóbal de las Casas y no en Tuxtla, se requirió incluir a la capital como el punto comparativo más cercano a la ciudad.



Figura 6

Densidad de librerías en Tuxtla Gutiérrez (2021)



Fuente: Tomado de Hernández López (2021, pp. 30-31).

*Nota:* Para 2021, en Tuxtla Gutiérrez sólo hay un total de 12 librerías de las cuales ninguna es independiente.

Si bien estos gráficos fueron resultado del Sistema de Información Cultural en 2021, es importante tener en cuenta los posibles cambios que enfrentaron estas ciudades en los últimos cuatro años, como lo puede ser el cierre de algunas de las librerías o la aparición de otras en Michoacán y Chiapas, así como en el resto de los estados. Debido a que el propósito de este artículo no es realizar un diagnóstico actual en dichas ciudades, será indispensable que, para futuras investigaciones, se realice una comparación con información actualizada y cotejada por los mismos libreros y encargados de librerías.

Es prioritario señalar la diferencia proporcional de librerías por habitantes en la Ciudad de México en contraste con el resto de los estados. Gracias a la alta concentración de las prácticas editoriales en el país, es posible inferir que los ciudadanos se encuentran en un panorama apropiado en materia de accesibilidad y diversidad editorial. En el contexto territorial de las figuras 5 y 6, las comunidades lectoras que se encuentran en la periferia enfrentan mayores retos para acercarse a las librerías debido a aspectos como tiempos de traslado, distancias, horarios laborales o escolares, incluso, manifestaciones de violencia en el territorio. Por ello, la posición de una librería independiente fuera de la Ciudad de México podría enfrentar mayores implicaciones sociales, políticas y simbólicas, y su operatividad tendría que enfocarse en estrategias que fortalezcan un vínculo comunitario.

## El Traspatio y La Cosecha: librerías independientes lejos de la centralización

La librería El Traspatio no fue pensada inicialmente como un proyecto de librería. En una entrevista con su fundadora, Mara Bautista comenta que la historia inicia en la planeación y gestión del Encuentro de Editores y Editoriales Independientes en 2014. Traspatio surge consecuentemente de ser lo que sucede detrás del libro. Gracias al financiamiento del FONCA, se creó un espacio propicio en donde se ponía en discusión las formas de colección y procesos de curaduría, distribución y traducción de los libros (M. Bautista, comunicación personal, 8 de abril de 2025). En 2016, finalmente se establece la librería con el objetivo de mantener aquella bibliodiversidad reunida en Morelia el resto del año. Por petición de Mara, algunas editoriales dejaron en sus manos algunos ejemplares para que pudieran venderse en Morelia. De esta manera, la librería comenzó con tres cajas de libros.

Hoy en día el término independiente habita en la protesta hacia el capitalismo y neoliberalismo debido a lo difícil que es existir fuera del sistema, por lo que se transforma en resistencia. Mara explica que la independencia es comprendida a través de tener la posibilidad de que el equipo de El Traspatio pueda tomar sus propias decisiones: qué vender, cómo hacerlo, a quién invitar o cómo disponer de su espacio. De esta manera, destaca que la interacción de la independencia no se crea solamente a partir del funcionamiento de la librería, las editoriales que la conforman también componen el valor simbólico de lo independiente: “Nosotras estamos convencidas de que las editoriales independientes con las que trabajamos, tienen también una postura política, [...] no tienen una editorial independiente porque se quieren comprar una mansión, sino porque quieren sumar al mundo desde donde estén” (M. Bautista, comunicación personal, 8 de abril de 2025). La suma del conjunto de esfuerzos conforma lo que El Traspatio concibe como bibliodiversidad. Es el trabajo comunitario, el reconocimiento y apoyo de proyectos independientes diversos en el ecosistema del libro y la unión y acompañamiento del trabajo constante lo que aleja a la librería independiente de la hegemonía cultural.

Los retos actuales de la librería se expresan en las complicaciones de no ser una librería independiente en la Ciudad de México, así como los esfuerzos de construir una comunidad con editoriales independientes que integran a la librería. A pesar de que las novedades editoriales o libros consolidados de ciertos autores sugieren una alta probabilidad de adquisición por parte de los lectores, Mara comenta que es parte de la identidad de la librería elegir no hacerlo para darle espacio a otro tipo de libros que sí cumplan con los aspectos fundamentales de la identidad del proyecto: “[...] nosotras somos tan chiquitas que tenemos que pensar muy bien a qué libros le vamos a dar espacio” (M. Bautista, comunicación personal, 8 de abril de 2025).

En el ejercicio de imaginar un escenario en donde pueda intervenir el gobierno actual con alguna propuesta de mejora para el estado actual de las librerías independientes, en la entrevista, la librera señala que no hay ni siquiera un interés genuino en el libro, mucho menos en este tipo de proyectos: “A mí me parece que es un resultado de una ignorancia enorme. Entonces,

yo no espero ninguna política pública, digamos, en ese sentido de apoyo a las librerías. Más bien, es con que no me molesten, estamos bien”. Se reitera, por el contrario, la importancia de generar alianzas entre las librerías, un acompañamiento constante por si algún proyecto puede ayudar al otro. En palabras de Mara: “[...] el libro no se hace solo, requiere un equipo. Es bueno que el equipo esté bien y esté organizado” (M. Bautista, comunicación personal, 8 de abril de 2025).

## La Cosecha

La cosecha, por su parte, es una librería independiente ubicada en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, que nació en 2016 gracias a la idea de una pareja de amigos que iniciaron con una editorial independiente. Entre las integrantes de la librería, operan el negocio a través de un modelo de cooperativa, es decir, la actividad de planeación o modificación de sus actividades se realizan de manera horizontal. Francesca Gargallo menciona en la entrevista: “[...] desde el día uno nos conformamos como colectivo e intentamos organizar el trabajo de manera horizontal y no jerárquica, y a pesar de no estar registradas como cooperativa formalmente, sí nos dimos unas reglas y acuerdos de trabajo” (F. Gargallo, comunicación personal, 8 de abril de 2025). De esta manera, el equipo de La Cosecha toma la iniciativa tanto en el proceso de curaduría de los libros que venden como en la atención a los lectores que reciben en el espacio. Los libros que venden son una extensión de la biblioteca personal de todas las personas que han participado en el proyecto.

Uno de los mayores retos que enfrenta la librería no es su condición de independencia como postura política, sino estar situada en la periferia del país: “[...] todo lo que tiene que ver con la cultura está muy centralizado en México, [...] todo lo que gravita alrededor de la Ciudad de México y también un poco a Guadalajara por lo de la FIL, claramente” (F. Gargallo, comunicación personal, 8 de abril de 2025). Por un lado, enfrentan dificultades de logística en la compra y distribución de los libros. Los gastos que debe absorber la librería son mucho mayores debido a la distancia de traslado. Por ello, en situaciones de devolución y pago de dos traslados, la ganancia para la librería se ve perjudicada.

Por otro, en los 9 años en los que lleva operando la librería, sólo ha habido una ocasión en la que una editorial pagó el traslado de un autor para una presentación de libro. Esta actividad es una de las más comunes en las librerías, ya que resulta atractivo para los lectores tener una charla con un autor que forma parte de su oferta editorial. Francesca menciona:

[...] sentimos que hay un tema ahí de racismo y clasismo que prevalece y atraviesa el mundo editorial desde qué se publica, quién se publica, qué alcance tiene. Y por eso nos hemos concentrado más en los autores y autoras locales. (F. Gargallo, comunicación personal, 8 de abril de 2025).

El esfuerzo de la promoción de la producción escrita local es otro aspecto diferenciador entre una librería convencional y La Cosecha. La difusión y promoción de obras de la región apela la importancia y defensa de la bibliodiversidad en espacios sociales de lectura. Es parte de la respuesta a la concentración cultural de escritores que, a diferencia de ellos, viven en

capitales del país y que, además, ya sea por la logística y agenda de ciertas editoriales, es posible encontrarlos en más librerías en el centro del país. A pesar de ello, fomentar la lectura de autores locales también representa un reto debido a los bajos índices de lectura en Chiapas.

Si bien es cierto que el involucramiento del Estado es crucial, ya sea a manera del diseño o actualización de políticas públicas respaldadas por la Ley de Fomento a la Lectura (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2023), Francesca resalta la completa falta de interés en las librerías y proyectos culturales. En cambio, hay un acompañamiento y red de apoyo entre libreros de otros proyectos de librerías independientes en San Cristóbal de las Casas, así como en otros estados del país que también se encuentran en la periferia. Entre la similitud de condiciones hay un diálogo de complicidad, apoyo y escucha continua para la elaboración y diseño de los proyectos, contacto con editoriales, así como el acompañamiento y cuidado de las experiencias diarias de cada librero. Un ejemplo de ello es la Liga de Librerías Feministas, de la cual forman parte tanto Francesca como Mara de El Traspatio.

## **Proyectos gestionados por editores y libreros independientes**

### ***Festival de Poesía Pasaporte Colectivo***

Gran parte del trabajo independiente en la edición mexicana se sostiene gracias a la cercanía y apoyo continuo con otros proyectos similares. Entre las áreas de oportunidad en la industria y los retos que comúnmente se presentan, los editores han apostado por alianzas estratégicas, así como el diálogo continuo entre otros agentes del libro como los escritores con los que trabajan o libreros que recomiendan su catálogo editorial. Algunas de ellas venden directamente al público general gracias a sus redes sociales o páginas web (ProChile, 2020, p.19), aunque comúnmente se encuentran en las librerías independientes de diversas regiones del país.

Un ejemplo de ello es el Festival de Poesía Pasaporte Colectivo que organiza la editorial Palíndroma (Querétaro). Este encuentro convoca a poetas contemporáneos que escriben desde distintas temáticas y líneas líricas. El encuentro del año pasado se llevó a cabo del 22 al 24 de agosto como homenaje al poeta queretano Luis Alberto Arellano. En la misma ciudad acudieron al festival 37 poetas entre los que se encontraban Elisa Díaz Castelo, Yol Segura, Iveth Luna Flores, Xitlalitl Rodríguez Mendoza, entre otros (Palíndroma, 2024). Las actividades que fueron diseñadas para el festival se llevaron a cabo en la librería independiente La Pessoa.

Esta celebración demuestra el conjunto de habilidades y trabajos que un editor independiente acopla como parte de la promoción de su catálogo editorial, así como la visión y valores en el trabajo que desempeñan en la actualidad de la industria editorial. Tanto un editor como un librero no están exentos de realizar tareas de gestión cultural, por lo que la tarea urgente en la promoción lectora comienza por el reconocimiento de este tipo de proyectos a nivel nacional.

## **Agua Viva: un festival cultural virtual gestionado por librerías independientes**

El Festival Agua Viva es organizado por tres librerías independientes: El Traspatio (Morelia), La Cosecha (San Cristóbal de las Casas) y El Entusiasmo Libros (Veracruz). Este festival autogestivo, único por su naturaleza y gestión por parte de las librerías de las respectivas librerías, se realiza de forma anual y virtual enfocado en la producción editorial contemporánea creada por mujeres y personas *queer*. A través del diseño de actividades y dinámicas enfocadas en una temática particular, Agua Viva convoca a distintas personalidades del mundo del libro a lo largo de tres días para fortalecer la comunidad lectora de estas tres librerías esparcidas en el país, así como para fomentar un espacio de diálogo entre personas interesadas en la lectura y escritura contemporánea. Como parte de su programación en este año (2025), entre su lista de invitadas especiales destacan escritoras y editoras como Elisa Díaz Castelo, Libia Brenda, Natalia Toledo, Socorro Venegas y Dhalia de la Cerda (Guerrero, 2025).

Gracias a la gestión y dirección del festival, los lectores logran aproximarse a espacios accesibles de promoción cultural, discusión y desarrollo de pensamiento crítico, escritura y lectura acompañada que son guiadas a través de perspectivas y ejes temáticos propuestos por las invitadas. Agua Viva es un evento y ejemplo de largo aliento que se compone de la visión de librerías que aseveran su amor por la palabra, el trabajo editorial y líneas temáticas urgentes que se extienden sobre los espacios de sus librerías y en la literatura como señales de la vida en resistencia. No obstante, también resulta urgente la mirada comprometida de los lectores en la asistencia a este tipo de espacios, el avistamiento del trabajo que conlleva su creación, así como el consumo en las librerías.

## **La homogeneización cultural del catálogo editorial en librerías: la importancia de la bibliodiversidad**

Cuando se habla de accesibilidad en el proceso de compra y venta relacionada con libros, es común referirse a las librerías de cadena como una opción preferencial dado el número de sucursales que pueden encontrarse en una misma ciudad o la existencia de páginas web con bases de datos lo suficientemente accesibles y completas para que un lector pueda adquirir el libro deseado. Según Epstein (2009), a pesar de las comodidades existentes, estas librerías privilegian los *bestsellers* de cada catálogo editorial que suelen ofrecer libros de autoayuda, consejos financieros, espirituales, chismes sobre celebridades o eventos políticos. No es una coincidencia encontrar los mismos títulos entre una sucursal y otra, ya que son libros que aseguran compras de los lectores.

Crear, editar y distribuir los libros que desearían leer los propios editores, implica un alto nivel de riesgo en una industria que prioriza la producción en masa, la venta segura y un alcance de distribución idóneo. Por un lado, Espinasa (2012) retrata en *Las editoriales independientes: una resistencia cultural* que, en la cadena productiva del libro y en el sector

económico en general, la edición independiente es motivo de rechazo en el mercado. Este fenómeno, describe, sucede debido a que la principal intención es alejarse de la condición industrial. La edición de esta naturaleza defiende que el arte de hacer libros es “una voluntad específica de editar determinado tipo de textos” (p.10).

Por otro, Zanella (2023), editor de Gris Tormenta, señala que el catálogo de todo editor es un corpus, un objeto de estudio que permite ampliar los límites de una lengua y de una sociedad. Estos espacios de resistencia difícilmente existirían sin un agente detrás. Se tratan de intercambios de importancia grupal e individual en la sociedad. En este sentido, la existencia de un corpus robustecido, según la mirada de quien se aproxima, acompaña y edita el texto, es una mirada precisa a la decisión de compartir con el mundo, una mirada única que debe ser fortalecida por el resto de los actores en la cadena del libro. Es allí donde reside la importancia de reconocer las propuestas de las editoriales independientes, en encontrar una mirada puesta en los lugares menos probables del estante de una librería.

Por ello, las librerías independientes se encuentran como figuras aliadas en el fomento y posición de la bibliodiversidad en el sector editorial. Espinasa (2012) retoma en la conclusión de su artículo la importancia de la vinculación de editores independientes y libreros en donde se priorice la nueva situación del libro frente al mercado. En la librería, un libro no es mercancía que se reduce en descuentos para poder ser vendido, sino un soporte, un objeto simbólico en un espacio donde se comercializa, pero también se defiende, promociona y comparte en comunidad.

## Conclusión

Gracias al panorama general del número de editoriales y librerías en Ciudad de México en contraste con otros estados, es posible visualizar el fenómeno de centralización cultural editorial en el país. La presencia de un mayor número de proyectos y profesionales del libro en el territorio hace de la ciudad una zona de riqueza económica, política y cultural que domina sus alrededores sistemáticamente. Como pudo observarse en las figuras, las distancias y la accesibilidad de cada librería depende en gran medida de su cercanía con el centro, en especial, por la entrega y envío de libros, la posible visita de autores, su participación en la oferta de ferias, festivales y eventos culturales de la ciudad, entre otros. En lo que respecta a las comunidades que se encuentran en zonas periféricas, la oferta editorial será mayormente limitada en comparación, por lo que la presencia de librerías resulta indispensable para la construcción de espacios que apuestan por la sociabilidad, la diversidad y la construcción de una identidad propia.

La condición de periferia no debe ser enteramente comprendida como un conjunto de limitaciones espaciales y sistemáticas en relación con la ciudad. La presencia de librerías independientes como El Traspatio y La Cosecha se articulan como una nueva reflexión del espacio, por lo que sus actividades están orientadas al fortalecimiento comunitario gracias a la cercanía con los lectores y la programación de actividades según su catálogo editorial y directrices temáticas relevantes. El

oficio de los libreros independientes, como en el caso de Mara Bautista y Francesca Gargallo no se termina por concretar en la compra de un libro que recomiendan, sino que se trata de un paso más en su cercanía con los libros que seleccionan y los lectores que escuchan. En esta dinámica, la *independencia* se articula como una zona de posibilidades frente a la centralización cultural en el país en la que participan editores, libreros y otros profesionales del libro en sinergia.

Como resultado, es posible encontrar proyectos de gestión cultural como el Festival de Poesía Pasaporte Colectivo y el Festival Agua Viva en donde la oferta editorial diversa y los intereses particulares de editores y libreros independientes han resultado en proyectos que apuestan por el vínculo comunitario y la literatura. Los espacios que generan dichos proyectos para los lectores permiten la atención y formación de públicos para las librerías, por lo que es indispensable difundir y promocionarlos en el contexto territorial que no se limita por la ausencia sino la presencia cultural.

Las librerías independientes son espacios que han tenido que solidificarse dentro de una industria operada por la centralización y las ganancias constantes del capital, por lo que los libreros son quienes forjan una identidad como distintivo y resistencia. La construcción de un acervo escrito sobre librerías y libreros es relevante para analizar la configuración actual de la cadena productiva del libro, así como para reconocer a los editores y libreros que trabajan una revolución desde sus propios espacios al exterior comunitario. La revolución debe crearse en comunidad hacia el espacio de las librerías y reconocer a la periferia como una oportunidad. Es tarea actual de toda persona lectora acercarse a dichos espacios para su consumo, comprensión, cuidado y fortalecimiento.

## Referencias

- Arias, A. (2019). Ser librero. La profesión, el oficio y la transformación. *De librerías y libreros* (pp. 23-28). Librería Carlos Fuentes y Universidad de Guadalajara. <https://doi.org/10.32870/9786075477152>
- Arteaga, I. (2005). De periferia a ciudad consolidada. Estrategias para la transformación de zonas urbanas marginales. *Bitácora Urbana Territorial*, 9(1), 98-111. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74800909>
- Canal Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (1 de febrero de 2021). Tener un precio único del libro se hace muy importante para las librerías en el interior del país: RELI. [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sZI4Cu8nMZA>
- Canal Fondo de Cultura Económica (19 de enero de 2019). *Breve historia de Fondo de Cultura Económica (FCE)*. [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2L3tCUHpnWk>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2023). *Ley de Fomento para la Lectura y el Libro*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFLL.pdf>

- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (2023). *El peso del libro en la industria cultural mexicana*. Data Dossier; Editamos. [https://caniem.org/wp-content/uploads/2023/03/Febrero\\_El-peso-del-libro-1.p](https://caniem.org/wp-content/uploads/2023/03/Febrero_El-peso-del-libro-1.p)
- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (2024). *Indicadores del sector editorial privado en México 2023-2024*. Data Dossier; Penguin Random House. [https://caniem.org/wp-content/uploads/2025/01/Booklet\\_ISEP\\_2024.pdf](https://caniem.org/wp-content/uploads/2025/01/Booklet_ISEP_2024.pdf)
- Chartier, R. (2007). Librerías y libreros: historia de un oficio, desafíos del presente. *La librería y sus espacios* (pp. 9-19). Universidad de Guadalajara. <https://editorial.udg.mx/gpd-la-libreria-y-sus-espacios.html>
- Epstein, J. (2009). El impacto de los libros por demanda. En Cerlalc (Ed.), *Memorias. Segundo Congreso Iberoamericano de Libreros. Pensar la librería como espacio cultural* (pp. 122-127). Bogotá: Cerlalc. <https://cerlalc.org/publicaciones/segundo-congreso-iberoamericano-de-libreros-pensar-la-libreria-como-espacio-cultural/>
- Espinasa, J. M. (2012). Las editoriales independientes: una resistencia cultural. *Casa del tiempo*. Universidad Autónoma Metropolitana 4(50-51), 8-12. [https://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/50\\_51\\_iv\\_dic\\_ene\\_2012/casa\\_del\\_tiempo\\_eIV\\_num\\_50\\_51\\_08\\_12.pdf#page=1&zoom=50](https://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/50_51_iv_dic_ene_2012/casa_del_tiempo_eIV_num_50_51_08_12.pdf#page=1&zoom=50)
- García, E. (2019). La librería, entre el relato literario y los rastros históricos. Rastros, peripecias e inconvenientes para una narración sin conjeturas. *Biblioteca Universitaria*, 22(1), 70-78. <https://doi.org/10.22201/dgb.0187750xp.2019.1.212>
- Gobierno de México. (s. f.). *Sistema de Información Cultural: Editorial*. SIC México.
- González, D. (2019). *Hacer libros en México entre lo público y lo privado*. [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma Metropolitana]. Repositorio institucional, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa. <http://ilitia.cua.uam.mx:8080/jspui/handle/123456789/223>
- Guerrero, C. (2025). Festival Agua Viva celebrará su cuarta edición con 12 escritoras mexicanas y extranjeras. *El Sol de Morelia*. <https://oem.com.mx/elsoldemorelia/cultura/festival-de-literatura-agua-viva-celebrara-su-cuarta-edicion-con-12-escritoras-mexicanas-y-extranjeras-21456426>
- Hernández, S. (2021). *Mapas de las librerías en México según el Sistema de Información Cultural del Gobierno de México*. selvahernandez.studio. [https://issuu.com/laoficinadellibro/docs/mapa\\_librerias\\_selva\\_hernandez\\_5](https://issuu.com/laoficinadellibro/docs/mapa_librerias_selva_hernandez_5)

López, H. & Malumián, V. (2016). *Independientes, ¿de qué?* Fondo de Cultura Económica.

Méndez, A. (1971). La Centralización: conceptos y elementos. *Revista de administración pública*, (65), 9-32. <https://www.cepc.gob.es/publicaciones/revistas/revista-de-administracion-publica/numero-65-mayoagosto-1971/la-centralizacion-conceptos-y-elementos-2>

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México (2022). *El sector editorial en México*. Instituto Español de Comercio Exterior. España, Exportación e Inversiones. [https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/077/documentos/2024/06/anexos/FS\\_Sector%20editorial%20en%20M%C3%A9xico%202024\\_REV.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/077/documentos/2024/06/anexos/FS_Sector%20editorial%20en%20M%C3%A9xico%202024_REV.pdf)

ProChile (julio de 2020). *Estudio Sector Editorial en México*. Gestoría en Comercio Exterior; Oficina Comercial de Chile en Guadalajara. [https://ec.cultura.gob.cl/wpcontent/uploads/2020/10/0\\_39\\_EstudioEditorialProChile.pdf](https://ec.cultura.gob.cl/wpcontent/uploads/2020/10/0_39_EstudioEditorialProChile.pdf)

Zanella, J. (2023, agosto 1). Una forma de ver y de leer. *Letras Libres*. <https://letraslibres.com/revista/jacobo-zanella-una-forma-de-ver-y-de-leer/>

## La importancia del arte digital en México.

The importance of digital art in Mexico.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 08/10/2025 Revisión: 18/11/2025 Aprobación: 03/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.v6.n11.e0028

### Iván Alejandro Zaragoza Montiel

Universidad de Guadalajara. México

[alejandro.zaragoza.mon@gmail.com](mailto:alejandro.zaragoza.mon@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0007-2271-2956>

#### Resumen:

El presente trabajo analiza la relevancia del arte digital en el contexto mexicano contemporáneo, atendiendo a las particularidades de su desarrollo, a sus principales exponentes, a las dinámicas económicas que lo sustentan y a su impacto en la escena cultural digital del país. El estudio se apoya en la teoría del arte generativo y en la estética de la información, retomando las aportaciones de George Nees sobre el uso de algoritmos en la creación artística, así como la perspectiva de Cynthia Patricia Villagómez Oviedo, cuyo análisis de los procesos de producción del arte digital en México permite comprender tanto las dinámicas creativas como los desafíos específicos que enfrentan los artistas en este campo. Desde una aproximación descriptiva, el artículo examina la manera en que las herramientas digitales han transformado las prácticas artísticas, posibilitando nuevas formas de expresión, colaboración y difusión. Asimismo, se abordan aspectos como la influencia de la tecnología en la construcción de la identidad artística, el diálogo entre el arte digital y las tradiciones culturales, y el papel de las plataformas digitales en su promoción y economía. En conjunto, el trabajo destaca al arte digital como un campo en expansión y como un agente clave en la consolidación de la cultura digital dentro del panorama artístico mexicano actual.

**Palabras clave:** Centralización cultural. Homogeneización cultural. Librerías independientes. Edición independiente. Bibliodiversidad. Periferia.

#### Abstract:

The present study analyses the relevance of digital art in the contemporary Mexican context, focusing on the particularities of its development, its main exponents, the economic dynamics that sustain it, and its impact on the country's digital cultural scene. The research draws on the theory of generative art and the aesthetics of information, incorporating George Nees's contributions on the use of algorithms in artistic creation, as well as the perspective of Cynthia Patricia Villagómez Oviedo, whose analysis of digital art production processes in Mexico provides a framework for understanding both creative dynamics and the specific challenges faced by artists in this field. From a descriptive approach, the article examines how digital tools have transformed artistic practices, enabling new forms of expression, collaboration, and dissemination. It also addresses issues such as the influence of technology on the construction of artistic identity, the dialogue between digital art and cultural traditions, and the role of digital platforms in its promotion and economy. Taken together, the study highlights digital art as an expanding field and as a key agent in the consolidation of digital culture within the current Mexican artistic landscape.

**Keywords:** Cultural centralization. Cultural homogenization. Independent bookstores. Independent publishing. Bibliodiversity. Periphery.

## Introducción

En el siglo XXI, se puede notar cómo la tecnología está en constante evolución, lo que ocasiona que el arte tenga una constante convergencia entre la creatividad humana y la tecnología digital, trayendo consigo un paradigma artístico nuevo llamado: arte digital.

Para explorar el fenómeno tecnológico artístico en el panorama cultural contemporáneo de México, es fundamental analizar la importancia del arte digital, examinando su desarrollo histórico, identificando a sus principales exponentes, comprendiendo su economía y evaluando su impacto en la escena cultural local y global; por ello, la pregunta que guiará este análisis para generar ideas y argumentos es, ¿Por qué es importante el arte digital en México?

Para contextualizar esta indagación, tenemos que volver a los orígenes del arte digital, donde rastreando su genealogía nos damos cuenta de que el origen del arte computacional comienza en la década de los 60 con la influencia de figuras como George Ness, el cual juega un papel importante para entender el concepto y cuyo trabajo en la aplicación de algoritmos a la creación artística sentó las bases teóricas y prácticas para el desarrollo posterior.

Ahora bien, en el ámbito mexicano, la década de los años 1960 y 1970, se caracterizó por un crecimiento artístico con un fuerte componente de crítica social y político, contexto en el que movimientos como la “gráfica del 68” establecieron un precedente nacional para la vinculación entre arte y tecnología. Es de suma importancia reseñar la trayectoria del arte digital en México, desde sus inicios hasta su estado actual, marcado por la constante evolución de herramientas, así como de plataformas digitales para presentar una visión panorámica del desarrollo del arte digital y poder identificar las etapas más trascendentes y los artistas más relevantes.

Es importante comprender la relación entre el arte digital y la cultura digital, es por ello que se analiza cómo la nueva forma de expresión artística se inserta y contribuye a la configuración de prácticas, creencias y conocimientos en el entorno digital y social.

De igual manera es importante analizar la economía del arte digital explorando los modelos de negocio y los mecanismos de valoración que contribuyen al Producto Interno Bruto del sector cultural, así como la generación de empleos y la creciente demanda de este tipo de arte por las empresas. Sin embargo, la motivación principal para llevar a cabo este estudio reside en la necesidad de documentar y analizar un campo artístico que, si bien está en expansión, aún requiere una mayor atención académica en el contexto mexicano.

En un mundo cada vez más digitalizado, comprender las dinámicas del arte creado y difundido a través de medios digitales resulta esencial para entender la evolución cultural y la creatividad, por tal motivo se busca despertar el interés del lector al evidenciar cómo el arte digital no solo representa una nueva forma de expresión estética, sino que también plantearnos interrogantes sobre la autoría, la originalidad y el acceso al arte en esta era en constante cambio, la era digital.

Subrayando su potencial para las nuevas generaciones de creadores, la innovación tecnológica y el diálogo cultural en la sociedad mexicana.

## Arte digital en México

Para entender el arte digital en México, es necesario investigar sus bases y reconocer a los pioneros dentro del ámbito artístico nacional. Esta disciplina puede considerarse en una etapa de desarrollo emergente, representando una evolución entre la creatividad y la innovación tecnológica, tanto a nivel global como específicamente en México.

Pioneros como George Nees, tomaron como referencia el arte computacional, cuyo origen se remonta a 1964. Esta corriente artística se basa en la exploración vanguardista de algoritmos como método creativo, teniendo como fundamento la estética computacional, reconociéndose así como arte generativo y estética de la información (Puig Mestres, 2004). Más adelante se expondrá de manera particular lo que George Nees aportó al arte digital.

Ahora bien, en México, el arte de las décadas de 1960 y 1970 se caracterizó por abordar temas de índole política, económica, social y cultural. En este contexto, y con la intención de criticar el arte predominante en ese momento, surgió el movimiento conocido como la "gráfica del 68," el cual sentó las bases a nivel nacional para la relación entre el arte y la tecnología. Diversos artistas se manifestaron a favor de este movimiento, entre ellos: José Luis Cuevas, Roberto Donis, Francisco Icaza, Jorge Manuell, Benito Messeguer, Adolfo Mexiac, Mario Orozco Rivera, Ricardo Rocha y Manuel Felguérez (este último uno de los más importantes), la mayoría de los cuales formaban parte del llamado "Salón Independiente" (Villagómez, 2015, p. 62). Con esto, la gráfica constituye una herramienta para la subversión social, ya que se podía multiplicar rápidamente a bajo costo y con una reproducción masiva y en serie haciendo de la imagen un fenómeno de comunicación, ya no de contemplación.

Como se puede observar los pioneros y los movimientos que impulsaron la creación y el crecimiento del arte digital estuvieron motivados por factores políticos, culturales, económicos y sociales, dando pie a lo que hoy llamamos arte digital.

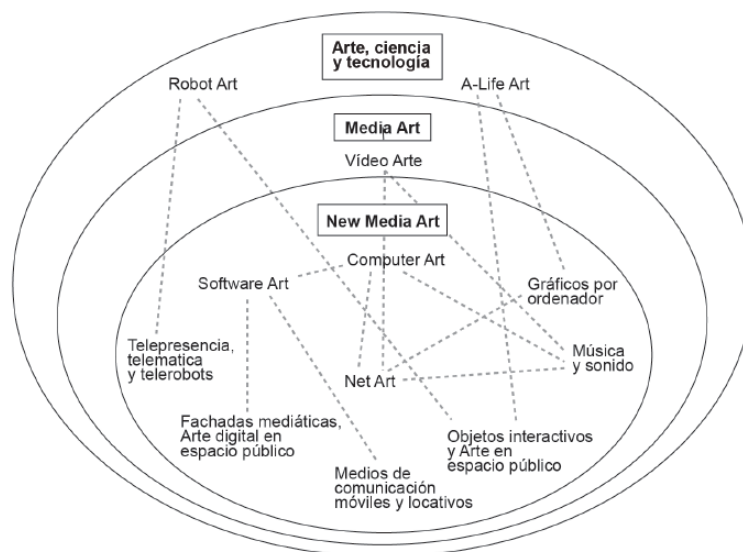
El concepto "arte digital" tiene varias connotaciones, descripciones, y significados, dependiendo el autor, sin embargo para Villagómez (2015) se podría definir como arte de los medios, pero, por otro lado, el teórico Lev Manovich (2001), quien profundiza en el lenguaje de los nuevos medios, plantea que se trata de un asunto más complejo. Esto se debe a que, en opinión de Manovich, estamos inmersos en una nueva revolución mediática cuyo impacto supera al de la imprenta del siglo XIV o la fotografía en el siglo XIX. Para Manovich, la revolución de los medios computacionales transforma todas las fases de la comunicación.

Siendo más puntuales, Villagómez (2015) brinda un panorama más amplio con el fin de definir mejor esta expresión artística, por lo tanto aborda tres grandes categorías para su definición y evolución hasta lo que se conoce hoy como arte

digital; 1) Arte, ciencia y tecnología, siendo este el contexto general en el que el arte se adscribe y sufre una hibridación con diferentes disciplinas, 2) Media Art, refiriéndose a los medios masivos de comunicación como recurso artístico, por ejemplo: periódicos, televisión, posters, vallas, etc. 3) New Media Art, siendo lo mismo que el anterior, pero aplicado a medios electrónicos y digitales.

Para aclarar mejor esta definición Villagómez (2015) nos presenta el siguiente mapa conceptual:

**Figura 1.** Mapa Conceptual de las Clasificaciones de Arte, ciencia y tecnología y algunas posibles relaciones.



Fuente: Villagómez Oviedo, C. P. (2015).

El mapa conceptual que ofrece Villagómez es un claro ejemplo de la categorización de las artes digitales, sin embargo los servicios relacionados al arte digital se pueden clasificar en ramas de producción según los materiales y tecnologías que utilizan, así como las necesidades que satisfacen.

En contraste para Estrada (2012) los criterios para la clasificación del arte digital son; 1) Tipo de material, principalmente inmaterial o digital, aunque a veces puede tener un soporte físico, 2) Tecnología basada en habilidades humanas (artísticas y digitales), informática o mecánica, aplicadas a personas u objetos, pudiendo ocurrir la producción simultáneamente o no en tiempo y espacio, 3) Necesidad dirigida a consumidores finales (compradores, galerías, coleccionistas, la propia comunidad artística) o a sectores sociales (museos, festivales, instituciones públicas y organizaciones sin fines de lucro), manteniendo una relación proveedor-usuario continúa.

Aunque no hay un acuerdo único entre estos dos autores y entre los autores que tratan de definir qué es arte digital, organizaciones como la UNESCO y la UNCTAD proponen un modelo con ocho industrias creativas para tratar de categorizar el arte digital, las cuales son: Diseño, Servicios creativos, Publicaciones y medios impresos, Bienes y servicios patrimoniales, Artes Visuales, Audiovisuales, Artes de Ejecución y Nuevos Medios.

Siguiendo el contraste, para Estrada (2012) el arte digital no se limita a una sola de estas industrias, sino que forma parte de varias; 1) Diseño, el cual incluye el diseño asistido por computadora de diversos objetos y gráficos, con diseñadores gráficos enfocándose más en la estética, 2) Servicios creativos, abarcando el diseño por computadora aplicado a la arquitectura e ingeniería, 3) Publicaciones y medios impresos: Se refiere a la publicación electrónica de diversos materiales como periódicos, libros y revistas, 4) Bienes y servicios patrimoniales: Incluye los servicios culturales y recreativos de museos y los eventos como festivales y exposiciones, 5) Artes visuales, aunque tradicionalmente se enfoca en obras físicas, en el arte digital considera la fotografía digital, el procesamiento digital de imágenes y la escultura digital, 6) Audiovisuales, los cuales comprenden la producción de programas de radio, televisión, películas y videos, la postproducción y la creación de música y grabaciones sonoras, 7) Artes de ejecución, que se refiere a presentaciones en vivo con fines culturales, educativos o de entretenimiento, donde la tecnología digital es una herramienta creativa, y 8) Nuevos medios, que incluye el diseño de software para la creación artística y la venta de contenido creativo digitalizado (audio, imagen, vídeo y juegos).

Como se puede observar, el arte digital se caracteriza por su constante evolución en cuanto a tecnología, innovación, pero sobre todo en cuanto a concepto. Con sus orígenes que se remontan al ámbito del arte computacional y que hace una hibridación entre arte, ciencia y tecnología, se manifiesta en diversas categorías como la Media Art y el New Media Art, cada una con enfoques y características distintivas. Asimismo, el arte digital no solo se hace presente en la dimensión estética que abarca desde el diseño gráfico y las artes audiovisuales hasta los nuevos medios, sino que también en dimensiones que nutren a la sociedad mexicana con cambios de perspectivas y planteamientos nuevos de lo que es el arte.

## Arte generativo, estética de la información y producción artística digital en México

George Nees marcó un antes y un después del arte en 1964 con la creación de su primer gráfico digital, una obra que no solo utilizaba algoritmos y computadoras, sino que incorporaba parámetros aleatorios como elemento central. Esta introducción de la casualidad en sus programas de estructura estética rompió con las ideas tradicionales de control artístico y abrió la puerta a nuevas formas de creación.

Nees experimentó con el azar en obras como *Ocho esquinas* y *Veintitrés esquinas*, que consiste en seleccionar puntos al azar dentro de un rectángulo y unirlos con líneas, generando composiciones nuevas. En *Axis-Parallel Maze*, empleaba un plotter para trazar líneas verticales u horizontales de longitudes aleatorias, mientras que en *Random Writing* restringía los

movimientos aleatorios dentro de límites definidos (García, 1972). Este uso de la aleatoriedad no solo transforma el resultado final de cada obra, sino que también redefine el papel del artista. En lugar de ser creador directo, Nees se convierte en un diseñador de sistemas, estableciendo reglas y parámetros que los algoritmos seguían para generar arte. Así nació el arte generativo: una práctica donde las instrucciones o “prompts” programados por el artista dan vida a obras únicas, explorando con ello lo que se puede llamar estética de la información.

Esta innovación supone el desplazamiento parcial de la autoría tradicional y comienza a plantear preguntas sobre la relación entre el artista, la tecnología y la obra. El arte generativo no solo amplió las posibilidades que tiene un creador, sino que también sentó las bases para desarrollar posteriormente nuevas tecnologías en este campo, influenciando a los artistas de todo el mundo, incluido los mexicanos.

Ahora bien, en el contexto mexicano, el arte digital y generativo ha seguido un camino condicionado por las dinámicas tecnológicas del país. Como apunta Villagómez (2015), México no ha sido un líder en el desarrollo tecnológico, sino más bien un consumidor de herramientas y sistemas creados en otras latitudes. Esta posición de “cliente” ha influido en cómo se ha adoptado y adaptado el arte digital localmente. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, México ha producido sus propios pioneros, entre los que destaca Manuel Felguérez.

Felguérez comenzó a explorar las posibilidades de la computadora en el arte a principios de los años setenta. Su proyecto más notable, la *Máquina Estética*, desarrollado en 1975 durante su estancia en la Universidad de Harvard junto al ingeniero Mayer Sasson, es un ejemplo del arte generativo mexicano. Este programa generaba nuevas obras cada once segundos, utilizando figuras geométricas que variaba aleatoriamente en posición, tamaño y orientación según un conjunto de instrucciones predefinidas (Villagómez, 2018). La *Máquina Estética* no solo demostraba el potencial de la tecnología como herramienta creativa, sino que también reflejaba cómo el arte generativo podía producir una diversidad infinita de resultados a partir de reglas finitas.

Después de estos años, ya en los noventa, el arte digital en México dio un salto importante con la apertura del Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes (CENART) en 1994, el cual marcó un momento importante al ofrecer un espacio dedicado a la experimentación, investigación y formación en prácticas artísticas tecnológicas, incluyendo el arte generativo (Miranda, s.f.). Este entorno permitió a artistas como Andrea di Castro, Cecilio Balthazar y Luis Fernando Camino desarrollar sus proyectos y consolidar una escena local. Desde entonces, el arte digital y generativo ha ganado terreno en galerías, museos e instituciones culturales mexicanas.

El trayecto del arte digital generativo, desde los experimentos revolucionarios de George Ness hasta su desarrollo en México, revelan una historia que apuesta por la innovación y la adaptación. La aleatoriedad y los algoritmos han transformado la manera en que concedemos la creatividad lo que provoca desafíos de las nociones convencionales de auditorio y abre

nuevas posibilidades estéticas. En México, a pesar de los retos que este país representa en temas tecnológicos, artistas como Felguerez han demostrado que es posible contribuir en este campo haciendo que se enriquezca el panorama global del arte generativo con voces propias.

## Impacto en la cultura

El impacto que ha tenido esta expresión artística ha demostrado que cada vez hay más vertientes y creaciones culturales que abogan por la tecnología, ya que la cultura digital se define como el conjunto de prácticas, creencias, comportamientos y conocimientos que surgen en relación con las tecnologías digitales, la cual tiene sus códigos fundamentales, como los denomina Michel Foucault, y “son los que rigen su lenguaje, sus esquemas perceptivos, sus cambios, sus técnicas, sus valores, la jerarquía de sus prácticas que fijan de antemano para cada hombre los órdenes empíricos con los cuales tendrá algo que ver y dentro de los que se reconocerá”. (Foucault, 1991, citado por Leyva, 2012, p. 48).

Esta nueva forma de cultura se caracteriza por elementos como la interactividad, la conectividad constante, la accesibilidad a la información y la integración de recursos multimedia, que según Adolfo Mir (1974) los componentes de toda cultura se agrupan en tres grandes categorías, que son; 1) las instituciones, conformadas de estructuras, y funciones para regular y controlar las pautas normativas de todos los aspectos de la vida social, 2) Ideas, creencias y valores que constituyen teorías, conocimientos, observaciones, tradiciones o experiencias que los sujetos tienen sobre sí mismos y sobre su mundo biológico y social, 3) El aspecto tecnológico, conformado por los objetos y las herramientas que el hombre crea y utiliza. Los usos sociales de los objetos culturales se relacionan con las actitudes, valores y creencias que se les asignan, y también se relacionan con los conocimientos y las habilidades que implican. Sin duda el arte digital está involucrado con estos tres componentes de la cultura, en donde la institución artística como órgano normativo de la preservación promueve y a la vez se rige por las representaciones sociales, los valores, teorías y preceptos sobre los usos de los objetos o artefactos.

Estas condiciones señaladas por Mir se manifiestan en la cultura digital que empieza a influir en la sociedad actual, aun cuando la mayoría de los ciudadanos del mundo pertenecemos todavía a la cultura del arte tradicional, que se remonta al origen del arte y que se conformó y consolidó hace 40,000 años. Al respecto Jesús Galindo Cáceres (2006) afirma:

Incluso la cultura digital puede considerarse como parte de un proceso evolutivo de las técnicas y artefactos desarrolladas por los seres humanos aplicados en el sistema social del lenguaje, que data de varios siglos, tangibles en la transformación del soporte, la textualidad y las prácticas (p. 48).

Esta evolución digital abre un entorno virtual constructivo inédito en donde es factible visualizar mundos posibles que los actores sociales crean y transforman en forma de redes. No solo la tecnología propicia estos cambios culturales, como señala Christine Hine (2004), sino que también el internet es un espacio en el cual se gesta una cultura; y es importante destacar la

observación de la autora en coincidencia con Grint y Woolgar, respecto de la formación de la cultura digital, los cuales destacan que en toda cultura, sin excepción, el agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella.

Es así como en México, la cultura digital está transformando diversos aspectos de la sociedad, incluyendo la comunicación, el aprendizaje y las interacciones sociales, lo que subraya en el impacto de la vida cotidiana.

Dentro de este contexto, el arte digital no es solo un producto, sino también un contribuyente activo a su formación y evolución, ya que el arte digital utiliza y refleja las herramientas y plataformas de la cultura digital, como el software de diseño, las redes sociales y las galerías virtuales (Villagómez, 2018). Además de que proporciona un medio para abordar cuestiones sociales, culturales y políticas dentro de la esfera digital. Finalmente contribuye a la democratización del arte y la expresión cultural en México, ya que ofrece plataformas para que artistas emergentes compartan su trabajo con el público global dejando de lado las normas tradicionales del mundo del arte y de la cultura.

## La economía del arte digital en México

El estudio de la valoración económica del arte digital se inscribe en el campo de la economía de la cultura, así como en la economía creativa, pues comparte con otras áreas e incluso es transversal a ellas, tales como la escénica, el patrimonio o las industrias culturales.

Para entender cómo es el modelo de negocios del arte digital, tenemos que hacer ver que un artista digital tiene dos caminos para comercializar su obra. Primero venderla en formato físico, lo que le da control inicial sobre los derechos, pero no puede evitar que los compradores hagan copias para su uso personal sin respetar completamente el copyright. La segunda opinión es participar en una comunidad de práctica. Aquí, el reconocimiento viene de otros artistas de la comunidad, que al compartir su trabajo, obtienen una recompensa monetaria: la validación de la originalidad y creatividad de su obra. Esto exige una comunidad global con buena comunicación. En este proceso, la distribución entre quien produce y quien consume se difumina, creando un *prosumidor*<sup>1</sup>, donde el artista crea, distribuye y recrea su contenido (Estrada, 2012).

Para distribuir una obra digital, existen varios modelos de negocio, la primera es la venta en línea, la cual necesita tecnología para protegerse de copias ilegales, otra opción es el *streaming*, que reproduce el contenido en tiempo real sin necesidad de guardarlo. Esta última permite la emisión por internet, donde el creador ofrece el material sin interacción con el público y los ingresos pueden venir de patrocinios o publicidad.

---

<sup>1</sup> Persona que consume y produce productos o servicios, es decir, que actúa como consumidor y productor al mismo tiempo.

Ahora bien, la importancia económica del sector cultural en México, que incluye por supuesto al arte digital, se evidencia en su considerable contribución al Producto Interno Bruto (PIB) nacional, en donde en 2022, el sector cultural demostró un crecimiento notable.

Para dar un contexto de lo importante que es la economía en el arte digital a nivel global, podemos ver el caso del gobierno de la República de Corea, que a través de su Fondo Fiduciario (FIT), ha asignado fondos extrapresupuestarios para la Secretaría desde que entró en vigor la Convención de 2005 en 2007. El apoyo brindado está destinado a promover el surgimiento de industrias culturales y creativas en los países en desarrollo, donde se implementa un laboratorio de creatividad digital.

Si bien no es en México donde se implementa este fondo, podemos notar el incremento a nivel mundial de esta expresión cultural, donde según la UNESCO con ingresos mundiales anuales de más de dos billones de dólares, los sectores cultural y creativo proporcionan casi 30 millones de puestos de trabajo en todo el mundo y emplean a más personas de entre 15 y 29 años que cualquier otro sector.

En México en materia de cultura, los medios audiovisuales como internet, cine o videojuegos generaron 35.0% del PIB en este sector, siendo el mayor contribuyente del PIB en tema de cultura dejando por detrás a las artesanías con el 20.8%, la producción cultural de los hogares con el 20.6%, las artes escénicas y espectáculos con el 4.2%, libros, impresiones y prensa con el 2.4%, patrimonio material y natural con el 1.5%, música y concierto con el 1.2%, artes visuales y plásticas con el 0.9%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía INEGI, 2022).

Como se puede observar, la cultura digital es un elemento importante para el crecimiento de la economía nacional los artistas digitales mexicanos contemplan muchas dificultades para poder darse a conocer, así como para vender sus obras por lo cual utilizan herramientas y plataformas digitales para promocionar, distribuir y darle valor a su arte, las plataformas de redes sociales como Facebook, X, Youtube, LinkedIn, Instagram sirven como vías iniciales para la visibilidad, la creación de una comunidad y la interacción directa con posibles amantes del arte o coleccionistas. Al mismo tiempo, sitios web como Mercado Libre y Amazon facilitan la venta directa de arte digital y productos relacionados, ampliando los canales de distribución más allá de las estructuras tradicionales ayudando a los artistas a generar recursos y dinero de lo que ellos crean. Sin embargo, estas grandes empresas no son las únicas que apoyan el arte digital para su venta, podemos encontrar empresas más especializadas en la compraventa de arte digital como Artsy la cual es un ejemplo de plataforma que conecta galerías mexicanas y artistas y que representa una red global de coleccionistas interesados en el arte.

En el contexto nacional existen espacios virtuales como Galería Sala Marte y Galería de Arte MX las cuales están dedicadas al mercado mexicano, donde pueden ser exhibidas obras y venderlas en el mismo lugar, esto incluye por supuesto el arte digital.

Con el auge tecnológico también llegan nuevas formas de comercialización de obras, pero también es de recalcar y analizar los nuevos modelos de negocio que se están implementando con el arte digital, donde los NFT han transformado el panorama en México al permitir a los artistas tokenizar sus obras mediante blockchain, para garantizar la propiedad única. Esto facilita la venta directa a coleccionistas asegurando regalías por reventas futuras a través de contratos inteligentes, existen por tal motivo diferentes plataformas como OpenSea, Rarible y Foundation que abogan por el cumplimiento de estas medidas para mantener la propiedad única de las obras digitales, así como para la facilitación de compraventa.

El valor del arte digital reside en su singularidad, su originalidad y su creatividad, sin embargo, su ciclo de vida puede ser breve, por lo que se debe promocionar rápidamente a los posibles compradores. Los gastos de marketing en esta industria suelen ser elevados y se consideran “costosos”, ya que son necesarios independientemente del éxito final de la obra.

Se concluye que las industrias creativas, incluyendo el arte digital, se distinguen de otras actividades económicas por su forma de producir y las características particulares de sus mercados. Desde el punto de vista económico, presentan fallas de mercado y consideraciones culturales importantes. Además, su estructura, gestión y ubicación las hacen un campo diferente dentro de la economía general.

Los riesgos en esta actividad se relacionan con la naturaleza intangible del producto, el reconocimiento de la originalidad por parte de otros artistas, la preparación del público y la rapidez con la que el mercado reconoce y valora la obra. La capacidad de los intermediarios para crear listas de popularidad y la necesidad constante de nuevos productos también son factores importantes.

Se puede notar que en México, la situación del artista digital es similar a la de otros artistas a nivel global: necesidad de un segundo empleo, bajos ingresos, necesidad de ayudas financieras, autoempleo, trabajo por proyectos y venta directa, sin embargo el arte digital al hacer hincapié en la forma tecnológica, fomenta a que más personas puedan acceder a la compraventa de obras de manera más rápida y sencilla, lo que ayuda a fomentar el arte, ya que el mercado para los artistas digitales es amplio debido al crecimiento de las industrias creativas y su impacto en otras áreas económicas.

Las habilidades técnicas, el fácil acceso a la tecnología y su naturaleza transversal permiten a los artistas digitales participar en diversas etapas de la cadena de valor de las industrias creativas, generando riqueza local. Ya que, en México, se estima que las industrias creativas asociadas al arte digital generan entre el 0.8% y el 1% de la riqueza y el empleo.

Un aumento en la demanda de publicaciones, audiovisuales y nuevos medios industrializados impulsa las actividades de arte digital en todas las industrias creativas. Si el aumento de la demanda ocurre en diseño o servicios creativos, el impacto en la demanda de bienes digitales será más localizado, afectando principalmente la creación y otros sectores empresariales como las finanzas y el comercio. Un aumento en la demanda de servicios patrimoniales y artes de ejecución tendrá un mayor impacto en la demanda gubernamental (por los subsidios) y en la actividad digital dentro de esas mismas industrias.

## Conclusión:

Se ha destacado la importancia del arte digital en el panorama artístico mexicano contemporáneo como un campo con implicaciones culturales y económicas. Su desarrollo, aunque influenciado por la adopción de tecnologías globales, ha sido marcado por la contribución de pioneros nacionales como Manuel Felguérez, cuyo trabajo en el ámbito del arte generativo sentó las bases de lo que hoy se conoce como arte digital mexicano, pero con raíces en el arte computacional y con movimientos sociales y políticos como la “gráfica del 68”, se manifiesta a través de diversas categorías que hibridan arte, ciencia y tecnología.

El arte digital en México no solo representa una evolución en las prácticas artísticas, sino que también contribuye a la innovación, la tecnología y el diálogo cultural, relevante en la configuración del panorama artístico y cultural del país.

La cultura digital aumenta con la creación de más obras de arte digital por lo que es importante el fomento de esta expresión artística en aras de abonar a la misma cultura que está en constante evolución y que con la participación de este sector podría aumentar el alcance global del arte digital aumentando así la cultura digital de manera global.

## Referencias

- Estrada, S. (2012) Aspectos económicos del arte digital. Universidad de Guanajuato
- Foucault, M. (1991), Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas / trad. E.C. Frost, 21ª ed. Siglo XXI, p. 5.
- Galindo Cáceres, J. (2006), Cibercultura, ciberciudad, cibersociedad. Hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales, en cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, pp. 48-49.
- Hine, C. (2004), Etnografía virtual, Barcelona: Editorial UOC, p. 13, (Nuevas Tecnologías y Sociedad).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. (2022). Sala de prensa.  
<https://en.www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/noticia/7750#:~:text=Con%20base%20en%20la%20clasificaci%C3%B3n,hogares%20aport%C3%B3%200.6%20por%20ciento>
- Leyva, E. M. R. (2012). La incorporación de la cultura digital en las prácticas de lectura de los estudiantes de bachillerato de la UNAM. *Investigación Bibliotecológica Archivonomía Bibliotecología e Información*, 26(56), 43.
- Manovich, L. (2001). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Barcelona, España: Paidós.
- Mir, A. (1974), Cultura y sociedad. Las ciencias sociales. ANUIES, pp. 20-27.
- Miranda, M. (s.f.). Arte digital en México. Pinto mi Raya. <https://www.pintomiraya.com/pmr/15-textos-pmr/textos-de-monica/61-arte-digital-en-mexico>
- Puig Mestres, L. E. (2004). ALEAR: Arte procesual-aleatorio. La aleatoriedad en el Computer-art (Tesis doctoral). Universitat de Barcelona.
- Villagómez Oviedo, C. P. (2015). Análisis de procesos de producción artística digital en México: artistas digitales mexicanos y su obra (Tesis doctoral). Universitat 1 Politècnica de València.

Villagómez Oviedo, C. P. (2021). Producción de arte digital en México desde un entorno complejo.

*Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos*, 14(34), 57–64.

<https://doi.org/10.30973/inventio/2018.14.34/7>

## Las cooperativas culturales: entre la economía social, el arte y la sostenibilidad.

Cultural cooperatives: between the social economy, art and sustainability.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 05/10/2025 Revisión: 21/11/2025 Aprobación: 05/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.v6.n11.e0029

**Andrea Belén Sánchez Salas**

Universidad de Guadalajara. México  
[andrea.sanchez8295@alumnos.udg.mx](mailto:andrea.sanchez8295@alumnos.udg.mx)  
<https://orcid.org/0009-0008-1117-8345>

### Resumen:

Desde el siglo XIX, las cooperativas han surgido en diferentes sectores como respuesta a la industrialización y la necesidad de los trabajadores de organizarse, facilitando la colaboración, el sentido de comunidad y apoyo mutuo. Del mismo modo, las cooperativas culturales han emergido como una respuesta vital ante la crisis que ha afectado al sector artístico, un ámbito que ha sufrido de manera aguda la precariedad laboral. Según Towse (2005, p.61) "al trabajar en las artes en vez de en una profesión comparable, los artistas sufren una penalización en sus ingresos de cerca del 30%". En este contexto, las cooperativas no solo buscan generar una fuente de ingreso estable y financiamiento para sus proyectos culturales, sino que también abordan necesidades más amplias, como ganar independencia institucional, autonomía y libertad respecto a su producción cultural.

**Palabras clave:** Cooperativas culturales, Comunidad, Trabajo colaborativo, Economía social, Sostenibilidad.

### Abstract:

Since the 19th century, cooperatives have emerged in different sectors as a response to industrialization and the worker's need to organize, facilitating collaboration, sense of community, and mutual support. Similarly, cultural cooperatives have emerged as a vital response to the crisis that has affected the artistic sector, an area that has suffered acutely from precariousness jobs. According to Towse (2005, p.61), "when working in the arts instead of in a comparable profession, artists suffer a penalty in their earnings of nearly 30%." In this context, cooperatives not only seek to generate a stable source of income and funding for their cultural projects, but they also address broader needs, such as gaining institutional independence, autonomy, and freedom regarding their cultural production.

**Keywords:** Cultural cooperatives, Community, Collaborative work, Social economy. Sustainability.

## Introducción

Las cooperativas culturales se definen como organizaciones que operan bajo principios de cooperación y trabajo colaborativo para promover actividades culturales, artísticas y creativas. Estas iniciativas no solo buscan el beneficio económico, sino también el desarrollo comunitario y la sostenibilidad cultural. Según un diagnóstico realizado por la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México (2021, p.9) las cooperativas culturales “surgen como una solución contra la desigualdad que el sistema económico capitalista genera, propone prácticas alternativas al sistema económico actual”

Las cooperativas permiten a las y los artistas a gestionar sus propios proyectos, fomentando la autonomía y el empoderamiento. Esto crea un entorno donde las y los artistas pueden tomar decisiones sobre su trabajo y sus ingresos. Así mismo pueden agrupar recursos, lo que facilita el acceso a financiamiento, espacios de trabajo y herramientas, además de fomentar la colaboración entre los miembros para desarrollar proyectos conjuntos. En un mundo donde la cultura enfrenta constantes cambios y desafíos, las cooperativas pueden ofrecer modelos sostenibles que permitan a los artistas adaptarse y prosperar.

En el presente artículo se analizará cómo las cooperativas culturales juegan un papel importante entre la promoción del arte y su capacidad de beneficiar la producción artística y sostenibilidad económica de las y los artistas a través de fondos comunes con el fin de impactar, positivamente, a la comunidad e incentivando las alianzas colaborativas entre los integrantes de un mismo gremio.

## Economía social y el modelo de cooperativa

Nolasco (2022), hace un análisis sobre la economía del mercado y su impacto en la economía social y establece lo siguiente:

La naturalización de la economía hacia una exclusiva forma basada en la lógica de mercado -producir para vender- llevó a que otros modos de hacer economía encuentren fuertes limitaciones en un mundo configurado desde hace más de un siglo para perseguir la acumulación de dinero, entramado en un ambiente económico que favorece la reproducción de la economía de mercado. (p.104)

Así mismo, argumenta que “en este marco es que la Economía social y solidaria (ESS) se presenta como una alternativa sistémica al capitalismo, dado que, constituye una forma de organización basada en valores relacionados con lo colectivo” (p.105)

Quintas (2006, p.3) define como economía social “como el conjunto de entidades no pertenecientes al sector público, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen especial de propiedad y distribución de las ganancias, empleando los excedentes del ejercicio para el crecimiento de la entidad y mejora de los servicios a los socios de la sociedad”. De esta manera, la economía social podría considerarse como una economía

más democrática y equitativa entre los miembros de una sociedad. Es por ello por lo que este tipo de economía se ha popularizado cada vez más en países europeos, principalmente.

Mismo Quintas (2006, p.4) menciona que “la economía social comprende a organizaciones no lucrativas, como las fundaciones, y a organizaciones lucrativas, como las cooperativas” y es en este segundo tipo de organizaciones en las que se enfocará el presente artículo, pero en cualquiera de los casos, el mismo autor especifica que “la solidaridad es el motor de la economía social, pues lo colectivo está en la base de toda iniciativa en este tipo de empresas [...] Sin el concepto de colectividad, no se podría dar este tipo de organizaciones.” (p.5) Es decir que, sin importar si el objetivo es lucrativo o no, el fundamento y la razón de la economía social es la búsqueda de oportunidades y acceso a recursos de maneras igualitarias y equitativas. En un mundo regido por el capitalismo y una sociedad con intereses individualistas, una economía social y donde se procura el trabajo colaborativo y comunitario, parece un verdadero oasis en un desierto lleno de precariedad y elitismo.

En su libro Creación de empresas de economía social: Planificación de un proyecto de cooperativa o sociedad laboral, el autor Fernando Bruna Quintas (2006) hace un desglose sobre las modalidades de empresas de economía social y puntualiza lo siguiente sobre el modelo de cooperativa:

Definidas como “una sociedad constituida por personas que se asocian en régimen de libre adhesión y baja voluntaria para la realización de actividades empresariales encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democráticos conforme a los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional (Manchester, septiembre 1995):

- Principio de adhesión voluntaria y abierta
- Principio de gestión democrática por parte de los socios
- Principio de autonomía e independencia
- Principio de educación, formación e información
- Principio de cooperación entre cooperativas
- Principio de interés por la comunidad (p. 17)

También menciona que dentro de las cooperativas existen hasta 12 clases diferentes. En el caso de una cooperativa cultural, según el autor, se consideraría dentro de la categoría de Cooperativas de servicios las cuales, menciona, son aquellas que asocian a “personas físicas o jurídicas, titulares de explotaciones industriales o de servicios, y a profesionales o artistas que ejerzan su actividad por cuenta propia y que tienen por objeto la prestación de suministros y servicios, así como la realización de operaciones encaminadas al mejoramiento económico y técnico de las actividades profesionales o de las explotaciones de sus socios” (p.20)

Dicho de otra manera, una cooperativa cultural es un grupo de artistas, gestores y/o personas involucradas en actividades culturales que buscan apoyarse en comunidad para conseguir certezas, estabilidad económica y libertad sobre su producción y sus obras. Las cooperativas permiten a las y los artistas a gestionar sus propios proyectos, fomentando la autonomía y la cohesión social entre creadores de arte. Esto crea un entorno donde las y los artistas pueden tomar decisiones sobre su trabajo y sus ingresos. Así mismo pueden agrupar recursos, lo que facilita el acceso a financiamiento propio, espacios de trabajo y herramientas, además de fomentar alianzas colaborativas entre los miembros para desarrollar proyectos conjuntos. En un mundo donde la cultura enfrenta constantes cambios y desafíos, las cooperativas pueden ofrecer modelos sostenibles que permitan a los artistas adaptarse y prosperar.

### **Las cooperativas: desde las organizaciones gremiales a la actualidad**

Desde el siglo XIX, las cooperativas han surgido en diferentes sectores como respuesta a la industrialización y la necesidad de los trabajadores de organizarse. Este fenómeno no es nuevo, ya que, como señala Williams (1994, p.55), se puede rastrear una genealogía de estas organizaciones hasta los gremios, hermandades o compañías del pasado, que eran agrupaciones de artesanos dedicadas a la subsistencia de su oficio y a la preservación de conocimientos ancestrales. Un ejemplo temprano de esta organización se encuentra en el gremio florentino de boticarios y cirujanos del siglo XIV, que incluía a pintores debido a la coincidencia en los materiales de trabajo. Este tipo de agrupaciones no solo facilitaba la colaboración entre los trabajadores, sino que también promovía un sentido de comunidad y apoyo mutuo.

En el ámbito de las artes, Williams (1994, P.55) menciona que en 1360 se estableció un gremio especial para artistas, con afiliación obligatoria. Este modelo de organización se refleja en Inglaterra, donde los festivales dramáticos y los ciclos de misterios religiosos eran producidos de manera distribuida entre los gremios. Aquí, se puede observar cómo la cooperación ha sido fundamental para el desarrollo cultural y social a lo largo de la historia.

Además, Mercado (2020, p.387) enfatiza que “estos proyectos no solo se sostienen a partir de la gestión económica, sino también por el compromiso voluntario de los/as vecinos/as que participan en distintas actividades”. Lo anterior resalta la importancia del involucramiento comunitario, que va más allá de lo económico y donde la participación activa de los ciudadanos es crucial para el éxito de las cooperativas.

Por otro lado, la independencia económica es un aspecto clave en la autogestión de estas organizaciones. Según Mercado (2020, p.390), “la independencia económica se comprende como una no pertenencia a una estructura estatal, no afiliación política partidaria y no dependencia de una única fuente de financiación”. Así, se sostiene que los recursos que el Estado administra son de la ciudadanía y no del gobierno, lo que implica que la autogestión es también un medio para transformar socialmente la comunidad.

En la actualidad, países como Francia, España y Brasil han desarrollado modelos cooperativos en el sector cultural que han demostrado ser exitosos. Por ejemplo, las Sociétés de Production en Francia apoyan a cineastas independientes y artistas visuales o la Cooperativa Paulista de Teatro donde el gremio teatral de São Paulo ha unido fuerzas desde hace más de 30 años para fortalecer el movimiento teatral independiente.

Con base en lo anterior, queda claro que las cooperativas culturales no solo benefician a sus miembros, sino que también tienen un impacto positivo en sus comunidades: generan empleo, fomentan la cohesión social y promueven el trabajo colaborativo y la inclusión de comunidades vulnerables al sentirse parte del movimiento social en sí.

Así mismo, las cooperativas culturales desempeñan un papel crucial en la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a nivel mundial. Para la UNESCO (2021) las cooperativas culturales “fomentan la diversidad cultural y la inclusión social” alineándose con el ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y el ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas). Y continúa mencionando que “estas cooperativas proporcionan espacios para que las comunidades expresen su identidad cultural y trabajen en la preservación del patrimonio” así como “ayudan a crear empleo y promover la economía local”, contribuyendo al ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico).

Al trabajar en conjunto, los miembros de una cooperativa pueden acceder a recursos, formación y mercados que, de otro modo, serían inaccesibles.

En conclusión, la historia de las cooperativas y su evolución histórica, desde los gremios hasta las organizaciones contemporáneas, demuestra que este modelo de economía social no es una novedad, sino que ha venido desarrollándose al paso de los años, fomentando la colaboración y la autogestión no solo para la sostenibilidad económica de una comunidad, sino también para el fortalecimiento del tejido social, el trabajo colaborativo y la reivindicación de derechos ciudadanos.

### **Las cooperativas culturales y su impacto en la producción artística.**

Las cooperativas culturales han emergido como una respuesta vital ante la crisis que ha afectado al sector artístico, un ámbito que ha sufrido de manera aguda la precariedad laboral. Como lo menciona Herrera, C. (2021) en su artículo Cooperativas culturales y cultura cooperativa, una simbiosis perfecta para un sector en auge:

El sector cultural ha sido uno de los más afectados por la crisis y en este contexto se ha evidenciado algo que ya venía de lejos: la precariedad laboral que sufren los trabajadores, profesionales y artistas de esta industria caracterizada por la discontinuidad de sus proyectos lo que, traducido para sus trabajadores, equivale a temporalidad e inestabilidad laboral, ingresos insuficientes, falta de protección social, vulnerabilidad ante las empresas e instituciones, desprotección política, etc. (párr.2)

Esta situación ha puesto de manifiesto la incertidumbre que enfrentan las y los trabajadores y artistas. En este contexto, las cooperativas no solo buscan generar una fuente de ingreso estable y financiamiento para sus proyectos culturales, sino que también abordan necesidades más amplias, como ganar independencia institucional, autonomía y libertad respecto a su producción cultural.

Desde un enfoque económico, Mercado, C. (2020, p.380) menciona que “las ahora plurales ‘políticas culturales’ son consideradas como herramientas para el desarrollo – económico- para la promoción de la diversidad o la cohesión social; para gestionar el riesgo social en sociedades cada vez más impactadas por las consecuencias del neoliberalismo” En ese sentido, las cooperativas culturales, al operar bajo principios de autogestión y colaboración, no solo contribuyen a la estabilidad laboral de sus miembros, sino que también fomentan un entorno creativo donde la creatividad y la cultura se retroalimentan.

Además, las cooperativas culturales permiten el desarrollo conjunto de un mismo sector o gremio artístico, generando productos culturales de mayor calidad y constante evolución, como lo menciona Herrera, C. (2021, párr.4), las cooperativas son “estructuras horizontales donde se comparten las ideas, el conocimiento, las tareas, etc. y donde todas las opiniones caben y se les da el mismo valor”. La misma autora define al trabajo colaborativo entre los grupos artísticos como “equipos de trabajo acostumbrados a la flexibilidad respecto a las jornadas laborales, que invierten en su formación y reciclaje profesional, que valoran trabajar con libertad y autonomía, etc. Pero que, además, se interesan por lo que sucede en su entorno y en la sociedad en general, poniendo en marcha proyectos al servicio del bien común” lo que resulta en un ambiente de trabajo más inclusivo y dinámico que impacta, positivamente, en la calidad de vida y producción artística de cada miembro de la comunidad cooperativa.

Por otro lado, siendo un poco menos idealistas, se sabe que los modelos de cooperativa significan grandes desafíos dada la diversidad de personalidades, narrativas y necesidades de las y los integrantes de una comunidad o gremio artístico. Unir a todas y todos bajo un mismo modelo cooperativo puede resultar todo un reto. Es por ello por lo que, para que estas iniciativas prosperen, es fundamental establecer un marco jurídico apropiado que respalde y facilite la viabilidad de estos modelos económicos. Sin un soporte legal adecuado, las cooperativas culturales podrían enfrentar obstáculos que limiten su capacidad para operar y crecer. Por lo tanto, es esencial reconocer que el papel de las políticas culturales y el marco jurídico es crucial para el buen funcionamiento de una cooperativa, propiciando así un sector cultural más resiliente y equitativo, asegurando la transparencia y promoviendo la producción artística y el bienestar de las y los creadores.

## **Ley general de sociedades cooperativas en México**

La Ley Federal de Sociedades Cooperativas en México es una guía legal que establece las reglas para crear, organizar y operar las cooperativas en el país. Su objetivo principal es regular cómo se constituyen estas organizaciones, cómo funcionan, cómo

se disuelven y cuáles son los derechos de los socios que las integran. Además, sus reglas son de cumplimiento obligatorio en todo México, ya que buscan proteger el interés social y el bienestar de la comunidad.

Las cooperativas se describen como formas de organización social formadas por personas que comparten intereses comunes. Estas personas trabajan juntas con principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con la finalidad de satisfacer tanto necesidades individuales como colectivas. Lo hacen a través de actividades económicas como producir, distribuir y consumir bienes y servicios.

El Movimiento Cooperativo Nacional incluye a todo el sistema de cooperativas y a las instituciones que brindan apoyo técnico a estas organizaciones en todo el país. El máximo representante de este movimiento es el Consejo Superior del Cooperativismo.

La Ley Federal de Sociedades Cooperativas en México, en su última reforma publicada el 16 del mes de abril del 2025, en su artículo sexto, establece lo siguiente:

Las sociedades cooperativas deberán observar en su funcionamiento los siguientes principios:

- I. Libertad de asociación y retiro voluntario de los socios;
- II. Administración democrática;
- III. Limitación de intereses a algunas aportaciones de los socios si así se pactara;
- IV. Distribución de los rendimientos en proporción a la participación de los socios;
- V. Fomento de la educación cooperativa y de la educación en la economía solidaria;
- VI. Participación en la integración cooperativa;
- VII. Respeto al derecho individual de los socios de pertenecer a cualquier partido político o asociación religiosa;
- VIII. Promoción de la cultura ecológica. (p.2)

La Ley también establece ciertos principios que deben seguir las cooperativas en su funcionamiento, como la libertad de asociarse y retirarse voluntariamente, la administración democrática, la distribución de beneficios según la participación de cada socio, y el fomento de la educación en economía solidaria y cultura ecológica. Además, respetan el derecho de cada socio a pertenecer a partidos políticos o religiones diferentes.

Por otro lado, las cooperativas pueden dedicarse a cualquier actividad económica legal que deseen. Para su creación, la Ley indica, en su Artículo 11, que:

- I. Se reconoce un voto por socio, independientemente de sus aportaciones;
- II. Serán de capital variable;
- III. Habrá igualdad esencial en derechos y obligaciones de sus socios e igualdad de condiciones para las mujeres;

- IV. Tendrán duración indefinida;
- V. Se integrarán con un mínimo de cinco Socios, con excepción de aquellas a que se refiere el Artículo 33 Bis de esta Ley;
- VI. No podrá rechazarse la integración de socios por razón de origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, condiciones de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otro criterio que pueda dar lugar a un acto discriminatorio;
- VII. No podrán formar parte ni depender de partidos políticos o de asociaciones religiosas Para formalizarse, los socios deben demostrar quiénes son y confirmar que quieren crear la cooperativa, firmando el acta constitutiva ante un notario público, ya sea con firma o huellas digitales. (p.3)

Esta ley es de suma importancia ya que crea un marco legal que ayuda a que las cooperativas puedan formarse, funcionar y crecer en México, promoviendo la economía solidaria y el bienestar de sus miembros y de la comunidad en general.

### **Las cooperativas culturales y la sostenibilidad económica**

En la actualidad, la filosofía y cultura empresarial cooperativa se fundamentan en valores que promueven la autogestión y la participación activa de todos sus miembros. Como señala Herrera (2021, párr. 5), “esta forma de trabajar se basa en principios como la adhesión voluntaria, la gestión democrática y la distribución equitativa de beneficios, lo que fomenta un entorno donde cada individuo puede contribuir y beneficiarse de manera justa”. Este enfoque no solo es beneficioso para la organización, sino que también se alinea con la idea de que el arte y la cultura deben ser accesibles y responsables ante la sociedad.

En este sentido, Williams (1994, p.40) introduce el concepto del Artista patrón quien, a diferencia del artista institucionalizado, busca expandir las artes como parte de una política pública que prioriza el bienestar social. Este tipo de patronazgo no es solo un privilegio, sino una responsabilidad que implica apoyar a otros y contribuir al desarrollo de la comunidad. Así, se establece un vínculo entre la cultura cooperativa y el arte, donde ambos buscan el empoderamiento y la autonomía de los individuos.

En esa misma línea, Towse (2005, p.717) menciona que “en economía, el adjetivo sostenible se utiliza en múltiples contextos [...], sin embargo, se suele asociar a la palabra desarrollo” Sobre esto último, la autora continúa, “El desarrollo sostenible compagina las ideas de un desarrollo económico sostenible, entendido como no sólo aquel que no decrece ni se agota, sino el que, de uno u otro modo, se perpetúa a sí mismo”. En ese sentido se podría hablar de una economía que se

regenera y autocultiva con el trabajo constante y colaborativo de los miembros en busca de su propio bienestar más allá de la estabilidad económica.

En esa misma línea, Towse (2005) menciona:

El desarrollo sostenible implica una interpretación del desarrollo económico que supera toda noción anterior de crecimiento económico medido únicamente según los argumentos del PIB per cápita. Así, se sustituye por un concepto más amplio de desarrollo humano centrado en el individuo como instrumento y como objeto del desarrollo, y medido a través de una variedad de indicadores de calidad y estándares de vida que van más allá de la cuantificación del mero progreso material (p.717)

En conclusión, la intersección de la economía social y el modelo de cooperativa cultural resalta la viabilidad de una sostenibilidad económica, donde el trabajo colectivo y la responsabilidad social beneficien integralmente a una comunidad. Al adoptar estos principios, no solo se fortalece el tejido social, sino que también se fomenta un modelo económico más equitativo donde el crecimiento de cada uno de los individuos representa el desarrollo global de un sector social.

### **El impacto social de las cooperativas culturales.**

El cooperativismo ha demostrado ser un modelo eficaz para el desarrollo socioeconómico, como lo señala Torres, R. (2013, p.13), quien destaca un punto que es "fundamental en los principios del cooperativismo y es la bolsa de trabajo donde el valor de un producto es determinado según el trabajo-hora empleado en su producción". Este enfoque no solo promueve la equidad en la distribución de beneficios, sino que también fomenta la participación activa de los socios en la gestión de la cooperativa. La misma autora continúa mencionando que "algunas cooperativas implementaron el retorno de beneficios, distribuyendo parte del sobrante según la utilización que el socio hiciera del servicio, lo que llevó a la exitosa sustitución de la moneda corriente por billetes de trabajo" (p.13).

Además, la integración de estos principios cooperativos ha tenido un impacto significativo en la calidad de vida de las comunidades. Torres, R. (2013, p.15) menciona que "la integración de los principios cooperativos, los cuales sirven de legado para el cooperativismo actual, logró un éxito escalonado, mejorando la calidad de vida de, no solo los 28 pioneros, sino también de sus familias y sus comunidades". Este legado resalta la importancia de un modelo que no solo beneficia a los individuos, sino que también fortalece el tejido social.

Específicamente nombrando a las cooperativas culturales, el impacto social está directamente relacionado a una mayor producción, distribución y acceso a productos artísticos de cualquier disciplina. Una sociedad con mayor posibilidad de integrar y

desarrollar actividades culturales colectivas genera una extensión de tejido social más allá de sus propios núcleos, fomenta la generación de valores compartidos, de confianza entre los individuos y de trabajo colaborativo que fortalece cualquier vínculo social.

Es evidente que, tanto el cooperativismo como el desarrollo cultural, son pilares fundamentales que, al trabajar en conjunto, pueden generar un impacto positivo en la calidad de vida de las comunidades. La promoción de estos modelos cooperativos no solo es beneficiosa para los individuos, sino que también contribuye a la construcción de sociedades más justas y cohesionadas.

## Conclusión

Las cooperativas culturales son organizaciones realmente valiosas para las comunidades o gremios que la conforman, ya que no solo promueven la producción artística, sino que también ayudan a las y los artistas a tener un estilo de vida sostenible, a generar alianzas colaborativas y a alcanzar una estabilidad económica que beneficie su quehacer artístico y promueva su bienestar integral.

Al reunir fondos comunes, las cooperativas pueden ofrecer apoyo financiero y recursos que permiten a las y los artistas enfocarse en su trabajo creativo sin procurar, necesariamente, otras fuentes de ingreso. Además, fomentan la generación de redes entre los miembros de la comunidad artística, lo que puede llevar a proyectos innovadores, de mayor escala y con un impacto altamente positivo en la comunidad en general. También ayuda a que la sociedad tenga mayor acceso a los productos artísticos e, incluso, a formar parte activa de ellos.

Es importante mencionar que, para lograr un modelo de cooperativa sólido, exitoso y sostenible, es fundamental contar con un marco legal claro, estructurado y fundamentado en las necesidades específicas de cada comunidad. Este marco proporciona las bases necesarias para garantizar que las acciones se realicen de manera justa, equitativa y conforme a la ley. Además, ayuda a establecer responsabilidades y derechos, lo que es esencial para la transparencia, confianza y cohesión entre cada uno de los individuos que conforman una cooperativa cultural.

## Referencias

- Cámara de diputados de H. Congreso de la Unión. Última reforma (2025). *Ley general de sociedades cooperativas*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGSC.pdf>
- Hernández, L y Ramírez, M.S. (2022). *El fomento a la Economía Social y Solidaria en México. Otra Economía*. <https://revistas.ungs.edu.ar/index.php/otraeconomia/article/view/759/956>

- Herrera, C. (2021) *Cooperativas culturales y cultura cooperativa, una simbiosis perfecta para un sector en auge*. <https://blog.fevecta.coop/Cooperativas-culturales-y-cultura-cooperativa/>
- Mercado, C. (2020) *Teatro comunitario y procesos de politización de la cultura*. <https://www.scielo.org.ar/pdf/ava/n36/1851-1694-ava-36-00379.pdf>
- Quintas, F. (2006). *Creación de empresas de economía social: Planificación de un proyecto de cooperativa o sociedad laboral*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Secretaría de Cultura de la Ciudad de México (2021). *Diagnóstico cooperativas culturales de la Ciudad de México*. <https://culturacomunitaria.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Diagnostico%20de%20Cooperativas%20Culturales%202020/diagnostico-cooperativas-culturales-ents-%20secult-2019-2021-1.pdf>
- Torres, R. (2013) *Las cooperativas culturales: entre el arte y la rentabilidad*. Universidad de Puerto Rico. <https://repositorio.upr.edu/handle/11721/1877>
- Towse, R. (2005). *Manual de economía de la cultura*. Fundación Autor.
- Williams, R. (1994) *Sociología de la cultura*. Ediciones Paidós.
- UNESCO (2021). *La UNESCO y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.unesco.org/en/sdgs>

## La realidad virtual en la conservación, preservación y difusión del arte: avances y perspectivas.

Virtual reality in the conservation, preservation and dissemination of art: advances and perspectives.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



Recepción: 06/10/2025 Revisión: 23/11/2025 Aprobación: 03/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.v6.n11.e0030

**Eva Guadalupe Osuna Ruiz**

Universidad de Guadalajara. México  
[guadalupe.osuna@academicos.udg.mx](mailto:guadalupe.osuna@academicos.udg.mx)  
<https://orcid.org/0000-0001-7944-439X>

**Miguel Ángel Casillas López**

Universidad de Guadalajara. México  
[miguel.clopez@academicos.udg.mx](mailto:miguel.clopez@academicos.udg.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-5716-2970>

**Norberto Ledesma Maldonado**

Universidad de Guadalajara. México  
[norberto.ledesma@academicos.udg.mx](mailto:norberto.ledesma@academicos.udg.mx)  
<https://orcid.org/0000-0002-9755-6114>

### Resumen:

La realidad virtual (RV) en este texto se describe como un instrumento innovador que contribuye en la difusión del arte, en la conservación y salvaguarda del patrimonio cultural. Adicionalmente, se expone la manera que se emplea para proteger digitalmente el patrimonio, crear experiencias interactivas y facilitar el acceso a contenidos de carácter cultural. Se presentan tres casos de estudio representativos que examinan la efectividad de la RV en la restauración de lugares históricos, en proteger el arte y en generar experiencias sensoriales inmersivas en museos. Adicionalmente, se destacan los retos éticos y tecnológicos que enfrenta la realidad virtual en el arte; y se concluye que ésta tiene potencial para favorecer la democratización en el acceso a la cultura, y en su aplicación se debe garantizar la autenticidad, accesibilidad y sostenimiento de las experiencias digitales.

**Palabras clave:** Realidad virtual, Tecnologías inmersivas, Conservación digital, patrimonio cultural, Ética, Difusión del arte.

### Abstract:

Virtual reality (VR) is described in this text as an innovative tool that contributes to the dissemination of art and the conservation and safeguarding of cultural heritage. Additionally, it explains how VR is used to digitally protect heritage, create interactive experiences, and facilitate access to cultural content. Three representative case studies are presented that examine the effectiveness of VR in the restoration of historical sites, in protecting art, and in generating immersive sensory experiences in museums. Furthermore, the ethical and technological challenges that virtual reality faces in the arts are highlighted, and it is concluded that VR has the potential to promote democratization of access to culture, and that its application must guarantee the authenticity, accessibility, and sustainability of digital experiences.

**Keywords:** Virtual reality, Immersive technologies, Digital conservation, Cultural heritage, Ethics, Art dissemination.

## Realidad virtual

La RV es una tecnología que permite crear entornos tridimensionales generados por computadora, en estos espacios los usuarios pueden interactuar en tiempo real por medio de dispositivos que pueden ser visores, guantes hápticos y controles. Está RV se define como el espacio interactivo y tridimensional en el que los usuarios tienen la sensación de estar inmersos y que además pueden manipular el entorno donde se encuentran (Slater & Sánchez-Vives, 2016). Crear experiencias educativas, sensoriales y de preservación únicas, es algo que se puede lograr con la RV y sus entornos, esto la convierte en una herramienta potencialmente revolucionaria para pensar en utilizarla para la gestión cultural y la conservación del patrimonio.

Para la preservación física de los objetos y sitios patrimoniales, con la RV se implementa una alternativa virtual a la conservación física y difusión de un patrimonio cultural, especialmente en aquellos casos donde no es posible tenerlos en exhibición o tener una interacción directa (Cai, 2024). Con el escaneo 3D y la modelación computarizada se logró crear réplicas digitales idénticas a las originales, lo que permite a las personas acceder a ellas desde cualquier punto del mundo, facilitando el acceso a este tipo de interacción.

La realidad virtual (RV) es una herramienta significativa para usarse en expresiones culturales que implican la presencialidad para su propia comprensión y que, por su tendencia a desaparecer total o parcialmente, se corre el riesgo de perder conexión con las nuevas generaciones. Torres Mas et al. (2022) destacan que la digitalización del patrimonio puede servir como vía para salvaguardar elementos culturales intangibles, proporcionando nuevos medios para la interpretación multisensorial del patrimonio. Esto es visto en las iniciativas que reconstruyen eventos con contenido simbólico y que son representativos por la cantidad de significados de una cultura determinada en entornos virtuales y que pueden ser accesibles desde dispositivos móviles y visores de realidad virtual.

La realidad virtual cuando se incorpora en el ámbito artístico transforma la percepción de los usuarios que la experimentan. Dong y Cao (2022) mencionan que una de las características más importantes de los medios digitales es su interactividad, la cual puede compensar adecuadamente la creciente disparidad entre el arte y las personas mediante la interacción con los usuarios, fomentando así una mayor integración entre los individuos y las obras de arte.

Dong y Cao (2022) afirman que la realidad virtual ha transformado las artes al introducir a los usuarios en entornos inmersivos, simular escenarios del mundo real y reflejar acontecimientos reales. Esto permite a los usuarios experimentar nuevas formas de arte.

Por consiguiente, como lo explican Liu y Sutunyarak (2024), el modelo de aceptación tecnológica en el que analizaron la influencia de la tecnología de inmersión en los museos sobre la intención de comportamiento de los visitantes, los resultados mostraron que la utilidad percibida y la facilidad de uso influyen significativamente en las actitudes y la satisfacción de los visitantes con la tecnología inmersiva. Como se observa en las figuras 1 y 2, la aplicación de la RV en el contexto del patrimonio

cultural de México, por ejemplo, podría ser en el evento del Día de Muertos, en Pátzcuaro, Michoacán; por medio de la RV, con un trabajo que implique el diseño visual, la narrativa y la accesibilidad del entorno virtual, las personas de cualquier parte del mundo podrían experimentar el uso de velas y flores de cempasúchil, la creación de altares elaborados, los rituales y procesiones, con la participación de los habitantes de las comunidades locales, como si se estuviera en el lugar, para alcanzar una apropiación adecuada del contenido cultural.

**Figura 1.** Realidad virtual, Día de Muertos



*Nota:* Elaboración propia, Fuente: Open AI

**Figura 2.** Realidad virtual, Día de Muertos, Pátzcuaro



*Nota:* Elaboración propia, Fuente: Open AI

## Tecnologías inmersivas en el arte y la cultura

Las tecnologías inmersivas, que incluyen la realidad virtual (RV), la realidad aumentada (RA) y la realidad mixta (RM), surgen como herramientas catalizadoras de áreas de oportunidad para diversos campos. Estas tecnologías permiten a los usuarios interactuar con entornos virtuales de tres dimensiones, al producir experiencias sensoriales que simulan la presencia física en lugares reales o imaginarios.

Las tecnologías inmersivas, especialmente la RV y la RA, transforman las formas de producción, mediación, conservación y acceso a la expresión cultural y artística. Estas herramientas facilitan la construcción de entornos donde el usuario no sólo observa, sino además explora, experimenta e interactúa de forma activa, logrando generar en él nuevas maneras de vivir la cultura.

### ***Transformación de la experiencia artística***

La experiencia artística es influenciada por la inmersión digital en el contexto de la era digital. Grau (2003) refiere que las nuevas configuraciones de arte digital transforman la manera tradicional de percibirlo, al permitir que el espectador *entre* en la imagen e interactúe con ella en tiempo real, convirtiéndose en parte del entorno visual, a la vez que redefine la percepción artística como un proceso participativo y multisensorial. Esta forma de vivir el arte provoca una ruptura de la actitud pasiva que se tiene del espectador, para convertirla en una dinámica de participación más activa que requiere que el usuario tome decisiones dentro del entorno virtual. De esta manera, la inmersión redefine no sólo el espacio estético, sino también el proceso en que se produce la experiencia cultural.

### ***Preservación y difusión del patrimonio cultural***

La digitalización inmersiva facilita la conservación y proyección del patrimonio cultural. Según Wang et al. (2024) “The integration of immersive technologies has transformed how cultural heritage is presented, enabling audiences to engage with it in more vivid, intuitive, and interactive way.” [La integración de tecnologías inmersivas ha transformado la forma en que se presenta el patrimonio cultural, permitiendo al público interactuar con él de una manera más vívida, intuitiva e interactiva.] (p.2). Por otra parte, Angelidou et al. (2017) establecen que “the historical and cultural heritage of cities is and can be underpinned by means of smart city tools, solutions and applications” (p.27). [El patrimonio histórico y cultural de las ciudades se sustenta, y puede sustentarse, mediante herramientas, soluciones y aplicaciones de ciudades inteligentes].

### ***Interacción corporal y apropiación cultural***

La experiencia cultural con la aplicación de la RV se beneficia al lograr la integración entre el cuerpo de la persona y la interfaz. En este sentido, Ma et al. (2023) destacan que con el apoyo técnico de la inteligencia artificial y la interacción humano-computadora, el proceso de difusión de la cultura no patrimonial basado en la teoría de la cognición corporizada puede permitir al usuario poder cambiar el estado pasivo tradicional, de sólo recibir información, a un estado donde los usuarios pueden obtener la experiencia real de estar en la escena virtual, a través de distintos movimientos, gestos y otros comportamientos interactivos. En su estudio sobre la danza tradicional del tambor de flores de Yicheng, se demuestra que la

interacción virtual-real ayuda a incrementar el interés del público, debido a que construye experiencias desde lo sensorial y lo simbólico.

### ***Retos éticos de la inmersión cultural***

Es importante mencionar que las tecnologías deben usarse bajo criterios éticos y técnicos estrictamente establecidos, en constante valoración y validación colegiada por parte de expertos multidisciplinarios, con la finalidad de evitar errores de interpretación o contextualización histórica. Tromp et al. (2025) consideran que el diseño de una experiencia inmersiva culturalmente debe considerar el equilibrio entre la usabilidad, la autenticidad cultural y el compromiso emocional. Desde un contexto ético, se debe considerar: que las representaciones virtuales simplifiquen o generen estereotipos de una realidad cultural compleja. Además, el empleo de estas tecnologías debe pensarse bajo la equidad, deben apuntar a ser inclusivas y accesibles; no sólo el usuario promedio debe acceder a ellas, sino también deben considerar a aquellos con distintas capacidades técnicas o cognitivas.

### **La conservación digital del patrimonio cultural**

Utilizar las tecnologías digitales para preservar el patrimonio cultural es una estrategia de conservación digital. Entonces, la digitalización de objetos y sitios patrimoniales sólo es una parte de la creación de la réplica visual, que se complementa con el logro de la preservación de las características estructurales y sensoriales de los mismos, por ejemplo en las reconstrucciones que se reproducen en algún medio digital, a través de la realidad virtual o de la realidad aumentada. Pereira Uzal (2023) plantea en su tesis doctoral que se debe garantizar que la digitalización del patrimonio cultural mantenga una calidad óptima para preservar su valor y su autenticidad. Lo cual es un reto para quienes están involucrados en estos procesos.

El uso de la RV tiene por sí misma implicaciones sobre la accesibilidad, ahora con la variable de la conservación del patrimonio, esta variable marca más su crecimiento. Peris y Sempere Ripoll (2024), plantean que la realidad virtual como metaverso “democratiza el acceso de todas las personas al quedar entablada la relación en el espacio digital” (p. 145), además añaden que esta tecnología “sin barreras físicas o temporales, amplía las oportunidades para el arte en general” (p. 135). La digitalización debe ser vista como una expansión de la manera en que se experimenta y se valora el patrimonio cultural. Valorar el patrimonio cultural y experimentarlo en su forma, debe ser vista como una expansión de la digitalización.

### **La interacción y la mediación educativa a través de la RV**

La aplicación de la RV en el contexto educativo, es también fundamental en el campo cultural. La participación activa por parte de los usuarios en la exploración del arte o el patrimonio se debe a la capacidad de crear entornos interactivos relevantes. Esto

abre un amplio abanico de posibilidades para crear experiencias personalizadas y profundas que favorezcan el aprendizaje interactivo y el desarrollo de habilidades cognitivas (Slater & Sánchez-Vives, 2016).

Según Ye et al. (2020) la RV transforma el aprendizaje tradicional, ya que pasa a uno más dinámico y participativo, en el cual el visitante es creador de su propia experiencia de aprendizaje. Por lo anteriormente mencionado, es necesario pensar en un contexto en el que los museos y centros de interpretación cultural se involucren en un proceso de aprendizaje interactivo, donde los usuarios aprendan de manera activa y reflexiva, en el marco de la comprensión del patrimonio.

### **La ética de la reproducción digital del patrimonio**

La autenticidad, la representación cultural y los derechos de propiedad intelectual, son factores que afectan la reproducción digital de estos elementos de la realidad virtual desde una perspectiva ética. Surgen dudas sobre quién tiene el derecho a decidir cómo puede representarse y conservarse determinado sitio u objeto de forma digital. Para ejemplificar, Csoba DeHass et al. (2025) mencionan que los proyectos centrados en los pueblos indígenas enfrentan desafíos relacionados con el patrimonio digital indígena, el uso ético de sus datos y en los protocolos de propiedad, lo que subraya la necesidad de marcos que respeten y defiendan los derechos y perspectivas indígenas en el ámbito digital.

Rodríguez Pérez (2015) en su tesis de maestría consideró los Principios de Sevilla, y, al abordar el principio de autenticidad, afirmó que “Los procesos de digitalización trabajan de manera habitual reconstruyendo o recreando espacios, objetos y situaciones del pasado tal y como se considera que fueron. [...] la autenticidad debe ser un concepto operativo permanente para cualquier proyecto de digitalización patrimonial” (p.173). Por otra parte, Collin et al. (2019) afirman que se requieren enfoques reflexivos para la recopilación, la construcción intencional de metadatos, la evaluación de consideraciones éticas y la presentación adecuada de los datos del patrimonio digital para todos.

Por lo antes mencionado, es primordial incluir a las comunidades locales y expertos del tema de la cultura en cuestión, para el proceso de digitalización, particularmente en casos donde la historia es compleja o está en disputa. Entonces, se debe considerar que en el desarrollo de las réplicas digitales deben participar las instituciones culturales y las comunidades con la finalidad de evitar la generación de versiones incompletas o erróneas del patrimonio.

### **Retos y limitaciones en la implementación de la RV en el patrimonio cultural**

Existen retos logísticos y técnicos para aplicar la realidad virtual en el contexto del patrimonio cultural. Como menciona Krumpfen et al. (2021), los costos asociados con el desarrollo de contenido de RV, la necesidad de equipos especializados y la falta de personal capacitado en instituciones culturales son barreras significativas para su adopción generalizada. Es

importante destacar que la aplicación de la RV necesita de dispositivos de alto rendimiento que garanticen una experiencia adecuada, esto sin duda es un obstáculo para el tema de accesibilidad.

La RV es importante para la conservación digital del patrimonio, pero desde un punto de vista ético es cuestionable si estas réplicas no ofrecen el significado y conexión emocional que presentan las piezas de forma física, o de los sitios originales.

La RV permite crear experiencias educativas inmersivas y un modo innovador de preservar el patrimonio, pero a la par debe cuidar el concepto de autenticidad, la equidad en el acceso y su representación cultural.

La RV es un proceso colaborativo, que debe unir los esfuerzos de los tecnólogos, las comunidades patrimoniales y las instituciones culturales para lograr garantizar la digitalización del patrimonio de forma inclusiva, ética y sostenible.

## Análisis de casos

La apropiación de RV en el campo de la cultura, ha permitido la generación de proyectos con un gran impacto patrimonial y educativo. Enseguida, se presentan tres casos de estudio que muestran cómo la RV se utiliza de forma innovadora en varias áreas de la gestión cultural, demostrando su flexibilidad de uso para ser utilizada en entornos museográficos, de reconstrucción histórica y de conservación del arte.

### *Caso 1: Reconstrucción virtual del Castillo de Elmina*

El Castillo de Elmina, ubicado en Ghana, fue declarado Patrimonio de la Humanidad en 1979, por la UNESCO. Se construyó en 1482, por los portugueses. Durante más de quinientos años, fue un centro comercial donde se intercambiaban mercancías europeas por oro, marfil y esclavos; y es considerado uno de los principales centros de comercio esclavista en África. Su reconstrucción virtual se realizó a partir de tecnología de nubes de puntos escaneadas con láser a gran escala, abordó dos desafíos técnicos, el primero fue el algoritmo de reconstrucción para generar modelos 3D que pudieran renderizarse en tiempo real con alta calidad en dispositivos de realidad virtual móviles con recursos limitados; y el segundo desafío fue el algoritmo de reconstrucción debe ser ligero para que sea accesible a la comunidad arqueológica en general. Se utilizó una malla de baja poligonización que reduce significativamente la reconstrucción y es la representación base de la escena, y se transfirieron los detalles directamente de la nube de puntos original a la referida malla, esta transferencia acelera significativamente el tiempo de reconstrucción y facilita a arqueólogos e historiadores la reconstrucción de grandes sitios patrimoniales a partir de enormes nubes de puntos utilizando ordenadores de uso cotidiano (Ye et al., 2020).

Con esta reconstrucción se evidencia que es posible ofrecer renderización en tiempo real en dispositivos de realidad virtual móvil con alta calidad visual, de una arquitectura compleja sin necesidad de una malla de alta poligonización. Los autores afirman que este proyecto brinda una experiencia inmersiva de aprendizaje, de investigación y de educación, a quienes no

puedan visitarlo en persona, representa un referente en el manejo de la RV para la reconstrucción patrimonial (Ye et al, 2020). Asimismo, este caso proporciona evidencia, de manera concluyente, que la realidad virtual contribuye a democratizar el acceso al patrimonio.

### ***Caso 2: Patrimonio táctil e inmersivo en museos europeos***

Krumpen et al. (2021) desarrollaron una experiencia museográfica que combina RV con retroalimentación háptica, permitiendo al visitante no sólo visualizar sino también "tocar" digitalmente objetos patrimoniales. El proyecto consistió en escanear artefactos históricos y replicarlos mediante impresoras 3D, sincronizándose con su representación virtual mediante sensores táctiles.

El proyecto fue desarrollado en espacios museográficos en Alemania, el objetivo de esta realización fue el de ofrecer experiencias multisensoriales que favorecieron la inclusión de personas con discapacidad visual y mejoran la retención cognitiva en visitas escolares. "We focus on enriching VR-based object inspection by additional haptic feedback, thereby creating tangible cultural heritage experiences" [Nos centramos en enriquecer la inspección de objetos mediante RV con retroalimentación háptica adicional, creando así experiencias tangibles del patrimonio cultural.] (Krumpen et al., 2021, p. 1). El impacto que pueden generar estas aplicaciones tecnológicas no sólo influye en temas de accesibilidad, también en nuevas formas de generar percepciones del objeto patrimonial, más cercanas a una experiencia directa y/o corporal del usuario.

### ***Caso 3. E-instalación: Documentación sinestésica del arte mediático mediante tecnologías de telepresencia***

La E-instalación se presenta como un nuevo método de documentación sinestésica para la recreación virtual de obras de arte multimedia (Muñoz Morcillo et al., 2016). Dicho método puede integrarse en las prácticas modernas de conservación del arte como una forma de documentación extendida dentro del marco de una estrategia de preservación informativa (Grau, 2000 citado por Muñoz Morcillo et al., 2016). Además, ofrece acceso escalable no sólo para curadores, artistas, conservadores y teóricos del arte, sino también para comunicadores artísticos y el público en general. Asimismo, la e-instalación proporciona a los expertos en modelado 3D y telepresencia un amplio campo de investigación sobre los umbrales de percepción humana, que influyen en la complejidad y la resolución de la recreación virtual. (Muñoz Morcillo et al., 2016)

Por otra parte, los mismos autores mencionan que, hasta ese momento, se habían probado dos escenarios: la videoescultura *Fuente de Versalles*, de Nam June Paik, y la instalación de net art *10.000 Ciudades en Movimiento: Iguales pero Diferentes*, de Marc Lee. En ambos escenarios, se siguieron cuatro pasos para la ejecución técnica: 1) creación de objetos 3D en Blender; 2) uso de datos de sensores; 3) integración de contenido digital existente; y 4) implementación de la lógica del

programa artístico. La aplicación resultante se ejecuta en un servidor que sintetiza las impresiones sensoriales de la obra de arte según la ubicación y perspectiva del usuario en un sistema de telepresencia (Muñoz Morcillo et al., 2016).

Para el proyecto se expone cómo la RV no sólo funciona como medio de difusión, sino también como un método para la conservación de prácticas artísticas contemporáneas, que podría asegurar la transmisión de éstas a futuras generaciones.

## Discusión crítica

Por lo antes analizado, se puede concluir que estos tres casos, ponen en evidencia que la RV puede usarse para:

- Preservar digitalmente espacios y obras en riesgo,
- Ampliar el acceso global a contenidos culturales,
- Ofrecer experiencias participativas y sensoriales, y
- Generar nuevos modelos de exposición y mediación.

Aunque fueron distintos los contextos, los tres proyectos tienen una visión de integrar la tecnología, la narrativa y el patrimonio, con esto se refuerza lo trascendental de usar la RV como estrategia para la gestión cultural.

Los casos analizados muestran, también, importantes logros en términos de accesibilidad, experiencia inmersiva y preservación digital, por lo que la realidad virtual plantea nuevas áreas de investigación y desarrollo conceptuales, técnicos y éticos en los procesos de conservación y difusión de la cultura. A la par, la RV tiene limitaciones estructurales que ponen en cuestión su viabilidad y universalidad.

Encontrar el equilibrio entre lo que es virtual y lo que es auténtico es uno de los principales retos de la RV. En este contexto, la RV puede llegar a generar una falsa sensación de presencia en los usuarios, lo que no necesariamente significa que complementa el vínculo con el objeto. Slater y Sánchez-Vives (2016) señalan que el realismo sensorial no necesariamente implica comprensión histórica o estética profunda.

Las instituciones con recursos limitados tienen una relevante desigualdad en el acceso a tecnología como la RV. Benítez Miranda et al. (2025) afirman que “aún existen desigualdades en la adopción de estas tecnologías, especialmente en países con menor inversión en infraestructura educativa digital” (p. 5537); lo antes expuesto, impacta en las instituciones al enfrentarse no sólo con barreras técnicas y económicas, sino también formativas para adoptar este tipo de herramientas. Para los usuarios de países en vías de desarrollo, el acceso a dispositivos como visores o controladores hápticos es complicado en términos económicos, esto se vuelve en una limitante porque la población correspondiente de usuarios representa un sector muy grande. Como señalan Krumpfen et al. (2021), la falta de formación especializada en museos impide que muchas iniciativas pasen de la fase piloto a la integración estable dentro de las estrategias curatoriales o educativas.

Un punto importante es el cuestionamiento sobre quién tiene el derecho a digitalizar un sitio o una obra de arte, así como las implicaciones que conlleva la disposición de versiones libres, de manera virtual, de estos objetos. Se puede mencionar que en el caso de Castillo de Elmina, la reproducción digital implica describir un episodio lamentable de la historia, lo que puede reforzar ciertos discursos hegemónicos si no se incluye a las comunidades locales en el proceso de tutela digital. Por otro lado, el riesgo de la obsolescencia tecnológica, cambios en formatos de archivos, la dependencia a plataformas comerciales, ponen en riesgo la continuidad a largo plazo de las obras digitalizadas, por ejemplo, los trabajos que en su momento se desarrollaron en multimedia mediante flash, llegaron a la obsolescencia y se perdieron estos recursos.

Por otro lado, es un aspecto fundamental el hecho de que la RV transforme al usuario pasivo en uno activo en el espacio cultural, por lo que vale la pena hacer el esfuerzo en propiciar su uso; las experiencias interactivas, personalizadas y multisensoriales permiten nuevas formas de aprendizaje y apropiación del patrimonio cultural.

Sin embargo, no se puede afirmar que la tecnología por sí misma garantice una experiencia educativa que sea significativa, en comparación analógica; no se puede decir que, por más tecnología que exista en los espacios culturales, el usuario va adquirir más conocimiento. En contraste, esto depende de muchos factores como las metodologías, por lo que debe existir una que equilibre la RV con la estrategia de la inserción cultural, para que se oriente a un aprendizaje profundo.

Por lo anteriormente mencionado, la RV y la gestión cultural deben estar acompañados de:

- Marcos éticos,
- Estrategias inclusivas,
- Compromiso de las Instituciones para un proceso sostenible a largo plazo,
- Estrategia tutelar, y
- Metodología cultural para un aprendizaje profundo.

## Conclusiones

La realidad virtual es una herramienta tecnológica con un potencial enorme que puede transformar los procesos de conservación, la difusión del arte y del patrimonio cultural. La posibilidad de generar experiencias inmersivas, interactivas y multisensoriales cambia los paradigmas de cómo solían acceder los usuarios a este patrimonio, la forma en que vivían la cultura; en busca, claro, de ser más inclusiva, crítica y participativa.

En los casos examinados se puede evidenciar que esta clase de tecnología también permea como herramienta educativa y como medio de innovación curatorial. Debe quedar claro que la tecnología jamás podrá ni puede pretender

sustituir el objeto patrimonial, simplemente lo proyecta de forma distinta al usuario para ser usado de forma simbólica y pedagógica con el pasado.

La aplicación de la RV en los contextos culturales requiere de tecnología adecuada, capacitación del personal en las instituciones culturales, un proceso profundo y reflexivo sobre la reproducción digital del patrimonio para evitar espectacularización sin sentido de lo reproducido. No se puede afirmar que la RV sea una solución universal ni neutra, pero sí tiene un impacto esencial desde su introducción, a partir de una justicia cultural, accesible, sostenible y participativa por la comunidad.

Es importante señalar que la creación de proyectos enfocados en la realidad virtual requiere de colaboración interdisciplinaria entre los diferentes grupos de tecnólogos, investigadores, conservadores, curadores, educadores y comunidades portadoras del patrimonio. A partir de la colaboración de estos grupos se puede pensar en garantizar que un desarrollo de reproducir un elemento patrimonial no llegue a ser un simulacro descontextualizado, más bien debe ser una experiencia cultural significativa para los usuarios.

Es necesario que las instituciones culturales logren desarrollar a la par, o previo a esta adopción tecnológica, políticas adecuadas para la integración de la RV que, por supuesto, incluyan protocolos para la conservación digital, estrategias pedagógicas y marcos éticos para la reproducción de estos objetos culturales. Narrar, enseñar y preservar el patrimonio de una forma digital, es el objetivo por el cual se deba utilizar esta tecnología. El dilema en términos de autenticidad, ética y accesibilidad también son retos de las políticas y las colaboraciones interdisciplinarias, entonces al lograr establecer el equilibrio apropiado de todos estos puntos antes descritos, se puede hablar de una herramienta que realmente sea inclusiva y factible en el campo de la gestión cultural.

## Referencias

- Angelidou, M., Karachaliou, E., Angelidou, T., & Stylianidis, E. (2017). Cultural heritage in smart city environments. *The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, XLII-2/W5, 27-34. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-XLII-2-W5-27-2017>
- Benítez, R. S., Cevallos, J. R., Pilla, W. I., Sancho, D. (2025). Realidad Aumentada y Realidad Virtual en la Educación en Latinoamérica: Análisis de su Adopción, Desafíos y Oportunidades. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(2), 5528-5545. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i2.17311](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17311)
- Cai, C. (2024). Virtual reality enables the dissemination and preservation of early works of art. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 1-10. <https://doi.org/10.2478/amns-2024-0728>

- Collins, L. D., Doering, T., & Gonzalez, J. (2019, December). *The use and potential misuse of 3D and spatial heritage data in our Nation's parks* (Technical Report). University of South Florida, Centre for Digital Heritage & Geospatial Information. [https://digitalcommons.usf.edu/dhhc\\_facpub/21/](https://digitalcommons.usf.edu/dhhc_facpub/21/)
- Csoba DeHass, M., Collins, L., Taitt, A., Raymond-Yakoubian, J., Doering, T., Ellanna, L. N., ... Tapqaq, M. S. (2025). *Ethical Considerations in the Use of 3D Technologies to Preserve and Perpetuate Indigenous Heritage*. *American Antiquity*, 90(2), 282-306. <https://doi.org/10.1017/aaq.2024.82>
- Dong, J., & Cao, L. (2022). A Concise Analysis of the Impact That Virtual Reality and Augmented Reality Technology Have Had on Digital Media Art. *American Journal of Art and Design*, 7(4), 150-155. <https://www.sciencepublishinggroup.com/article/10.11648/10076138>
- Grau, O. (2003). *Virtual art: From illusion to immersion*. MIT Press.
- Krumpen, S., Klein, R., & Weinmann, M. (2021). Towards tangible cultural heritage experiences-Enriching VR-based object inspection with haptic feedback. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 14(1), 1-20. <https://doi.org/10.1145/3470470>
- Liu, Q., & Sutunyarak, C. (2024). The Impact of Immersive Technology in Museums on Visitors' Behavioral Intention. *Sustainability*, 16(22), 9714. <https://doi.org/10.3390/su16229714>
- Ma, Y., Zhao, W., Zhang, X., & Gao, Z. (2023). Embodied cognition guides virtual-real interaction design to help Yicheng Flower Drum intangible cultural heritage dissemination. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2310.04771>
- Muñoz Morcillo, J., Faion, F., Zea, A., Hanebeck, U. D., & Robertson-von Trotha, C. Y. (2016). e-Installation: Synesthetic documentation of media art via telepresence technologies. En M. Boştenaru Dan (Ed.), *Space and time visualisation* (pp. 173-191). *Springer Natura*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-24942-1\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-319-24942-1_11)
- Pereira Uzal, J. M. (2023). *Análisis de la calidad en la digitalización del patrimonio cultural* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/entities/publication/9ec4f0c6-7af5-4dda-a49b-48ae24595973>
- Peris, V. J., & Sempere Ripoll, S. (2024, diciembre 12). Hibridación del Metaverso en los museos. La tecnología de interactividad como canal de inmersión en la cultura. *Diferents: Revista de Museus*, (9), 132-147. <https://doi.org/10.6035/diferents.8194>

- Rodríguez Pérez, D. (2015). Colecciones 3D: Reconstrucción digital tridimensional para la preservación y difusión del patrimonio cultural universitario (Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México). <https://tesiunamdocumentos.dgb.unam.mx/ptd2015/octubre/0736199/0736199.pdf>
- Slater, M., & Sánchez-Vives, M. V. (2016). Enhancing our lives with immersive virtual reality. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 74. <https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00074>
- Torres Mas, M., Seguí Pons, J., García Molsosa, A., Lull Torres, V., & Roig Oliver, J. (2022). La Motilla del Azuer (Daimiel, Ciudad Real): Digitalización e integración de información 3D para la difusión del patrimonio arqueológico. *Virtual Archaeology Review*, 13(26), 1-15. <https://doi.org/10.4995/var.2022.15004>
- Tromp, J., Schofield, D., Raeisian Parvari, P., Poyade, M., Eaglesham, C., Torres, J. C., Johnson, T., Jürivete, T., Lauer, N., Reyes-Lecuona, A., González-Toledo, D., Cuevas-Rodríguez, M., & Molina-Tanco, L. (2025). Designing and Evaluating XR Cultural Heritage Applications Through Human-Computer Interaction Methods: Insights from Ten International Case Studies. *Applied Sciences*, 15(14), 7973. <https://doi.org/10.3390/app15147973>
- Wang, H., Du, J., Li, Y., Zhang, L., & Li, X. (2024). Grand challenges in immersive technologies for cultural heritage. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.02853>
- Ye, S., Wu, T., Jarvis, M., & Zhu, Y. (2020). Digital reconstruction of Elmina Castle for mobile virtual reality via point-based detail transfer. *ArXiv*, <https://doi.org/10.48550/arXiv.2012.10739>

## Antonieta Rivas Mercado: notable promotora cultural de principios del siglo XX.

Antonieta Rivas Mercado: notable cultural promoter of the early 20th century.

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



Recepción: 01/10/2025 Revisión: 13/11/2025 Aprobación: 15/12/2025

DOI: 10.32870/rhgc.v6.n11.e0031

### Adriana Ruiz Razura

Universidad de Guadalajara. México  
[adriana.ruiz@cuaad.udg.mx](mailto:adriana.ruiz@cuaad.udg.mx)  
<https://orcid.org/0000-0003-3218-4660>

#### Resumen:

Este artículo examina la vida y obra de Antonieta Rivas Mercado (1900-1931), no solo como musa trágica, sino como agente cultural decisiva en la modernización cultural de México. A través del análisis de su correspondencia privada, su crónica política de la campaña vasconcelista y su participación financiera e intelectual en proyectos como el Teatro Ulises y la revista Contemporáneos, se reconstruye su figura más allá del mito del suicidio en Notre Dame. Explora las tensiones entre su vida privada y su vida pública, caracterizada por un desafío constante al nacionalismo folclórico en favor de una cultura universalista, concluyendo que su escritura y mecenazgo constituyeron un acto de resistencia y una búsqueda de identidad propia en un entorno patriarcal y posrevolucionario.

**Palabras clave:** Antonieta Rivas Mercado, Teatro Ulises, Vanguardia artística.

#### Abstract:

This article examines the life and work of Antonieta Rivas Mercado (1900-1931), not only as a tragic muse, but also as a decisive cultural agent in the cultural modernization of Mexico. Through an analysis of her private correspondence, her political chronicle of the Vasconcelos campaign, and her financial and intellectual involvement in projects such as the Teatro Ulises and the journal Contemporáneos, her figure is reconstructed beyond the myth of her suicide at Notre Dame. It explores the tensions between her private and public life, characterized by a constant challenge to folkloric nationalism in favor of a universalist culture, concluding that her writing and patronage constituted an act of resistance and a search for her own identity in a patriarchal and post-revolutionary environment.

**Keywords:** Antonieta Rivas Mercado, Ulises Theater, Artistic avant-garde.

## Introducción

Es necesario un examen histórico más extenso de la figura de Antonieta Rivas Mercado, que a menudo se limita al trágico suceso de su fallecimiento en la catedral de Notre Dame en 1931. Se rescata su contribución cultural e intelectual, además de destacar que participó activamente en el cambio cultural del México posrevolucionario. Su trabajo como patrocinadora y promotora de proyectos tales como la revista Contemporáneos, el Teatro Ulises y la revista Ulises demostró un compromiso sólido con la modernización de las artes y con poner en tela de juicio los modelos nacionalistas que predominaban. Su visión permitió introducir nuevas corrientes estéticas en un medio marcado por tensiones ideológicas y por una cultura oficial que privilegiaba lo folclórico. A ello se suma su reflexión crítica sobre el papel de la mujer, a quien consideraba responsable de generar vida moral y de ocupar un lugar activo en la esfera pública, desafiando la pasividad y docilidad impuestas por las estructuras sociales de su tiempo. En este artículo se analiza a Antonieta como una figura clave cuya acción cultural y pensamiento sobre la identidad femenina redefinieron el rumbo de la vida artística e intelectual mexicana en un momento crucial de su historia.

**Figura 1.** Antonieta Rivas Mercado (1900-1931)



Nota: Foto de Tina Modotti, citada en González (2016).

Mencionar a Antonieta Rivas Mercado inmediatamente nos remite a su muerte cuando decidió terminar con su vida un 11 de febrero de 1931 en la catedral de Notre Dame, París.

¿Pero acaso es este terrible suceso lo más importante de su vida? Rivas Mercado fue una gran promotora cultural que desafió a su tiempo, y cuya labor vanguardista fue clave en la modernización de la cultura en el México posrevolucionario. Sin

ella habría sido imposible concebir el Teatro Ulises, la Revista Ulises y la Revista Contemporáneos, proyectos culturales de los cuales fue mecenas y que se separaban de manera radical del movimiento representado por Rivera, Orozco y Siqueiros.

En 1928, Diego Rivera pintó un mural en la Secretaría de Educación Pública. Llama la atención ver a Antonieta Rivas Mercado pintada de manera elegante y con el rostro devastado recibiendo de manos de una mujer revolucionaria una escoba, quien apunta con el dedo hacia un listón que anuncia el nombre de la pintura: El que quiera comer que trabaje (ver figura 2). En la parte inferior izquierda se localiza un personaje con orejas de burro que recoge del suelo elementos relacionados con las artes y un número de la revista Contemporáneos; detrás de él un niño, con un fuerte parecido a Diego Rivera que patea a quien podría representar a Salvador Novo. “Esta pintura mural de Rivera refleja perfectamente la animadversión que el muralista tuvo hacia el movimiento y la ideología que representaron los Contemporáneos” (Secretaría de Cultura, 2020, párr. 3).

**Figura 2.** El que quiera comer que trabaje. panel del Corrido de la Revolución Proletaria (1928).

Fresco de Diego Rivera en el segundo piso de la SEP



Nota: González (2016).

Vayamos al inicio, Antonio Rivas Mercado (1853-1927), padre de Antonieta fue un reconocido arquitecto de fines del porfiriato, quien, entre otros logros, remodeló y terminó el teatro Juárez de Guanajuato y diseñó y construyó la famosa columna del Ángel de la Independencia que hasta la fecha se encuentra erguida sobre la Avenida Reforma en CDMX.

Gracias a la posición económica de su padre y al ambiente cultural que le rodeaba, Antonieta tuvo una educación privilegiada. Su fase como intelectual inició en 1926, al regresar a México después de viajar durante tres años por Europa junto a su padre y su hijo. Aprovechó su paso por el viejo continente para acercarse más al mundo del arte y la literatura.

Ese mismo año, Antonieta conoció al pintor Manuel Rodríguez Lozano (1895-1971) con quien entabló una cercana amistad de la cual se conserva una amplia correspondencia (1927-1931). Esas 87 cartas de amor, testimonio documental, son fuente de incalculable valor para conocer su personalidad; “muestra de una escritura cuya espontaneidad e inmediatez no le restan belleza y profundidad” (González Luna, 2002, p. 410).

El gran amor que Antonieta sentía por Manuel queda como testimonio documental cuando le escribe lo siguiente:

Manuel: comienzo a sentir la vida como el camino de perfección, y usted lo es para mí [...] Cerca de usted la vida se convierte en el camino estrecho que lleva al cielo ... cuánto equilibrio y madurez espiritual haya en mí, le corresponde por derecho. Sin usted me hubiera perdido (Rivas Mercado, 1987, p. 357)

Manuel respondió en el año de 1928 el honor que le representó conocer a Antonieta:

Mujer extraordinaria desde todos los puntos de vista por su excepcional inteligencia, su fuerza, su carácter, su nobleza, su generosidad y su distinción. Por afinidad de intenciones, se estableció entre nosotros una positiva amistad, y esta extraordinaria mujer, que replanteaba constantemente interrogaciones sobre las cosas; me hablaba de sus deseos de realizar una labor constructiva en favor de México, y que tenía profundo sentido estético arraigado desde su infancia por la práctica de la danza, me propuso alguna vez crear un teatro moderno que colocara a México, por su intención, al nivel de los países de Europa, de donde acababa de llegar (...) Por aquella época, Antonieta Rivas Mercado llegó a ser el centro del movimiento artístico mexicano". (Rivas Mercado, 1975, p. 14 citada en González Luna, 2002, p. 414)

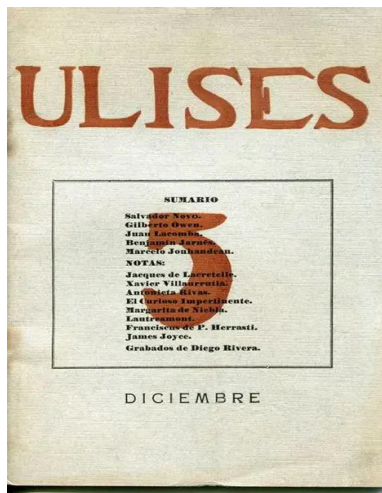
Dicha relación le abrió camino al mundo intelectual posrevolucionario, pues gracias a él es que Antonieta conoció a Salvador Novo y a Xavier Villaurrutia. Ellos, sumados a otros escritores comenzaron a participar en actividades culturales en la misma casa de Antonieta bajo el nombre de Grupo Ulises.

De estas tertulias surgió en mayo de 1927, Ulises. Revista de curiosidad y crítica, financiada a partir de su segundo número por Antonieta, en esta:

El grupo de escritores que participaron en ella, incluida la propia Antonieta, se caracterizó por buscar construir una literatura mexicana ajena a los folclorismos, al indigenismo y al rechazo hispánico que caracterizó a otros grupos de intelectuales posrevolucionarios, como fue el caso de los muralistas. (García 1998 citado por Olague Méndez, 2022, p. 463).

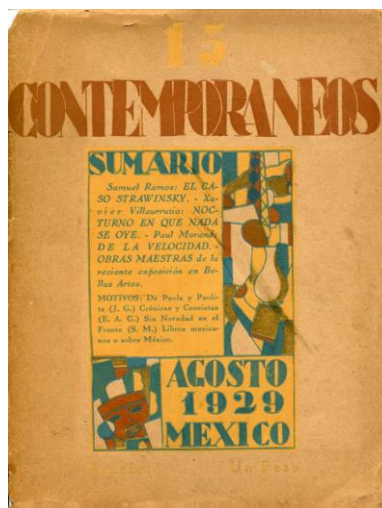
Esto propició que los escritores de Ulises fueran ampliamente criticados en el ambiente intelectual, llamándoles despectivamente como “«desprovistos de nacionalismo», «traidores a la Revolución» y «promotores de los valores burgueses»” (Secretaría de Cultura, 2020, párr. 6).

**Figura 3.** Portada de Ulises. Revista de Curiosidad y Crítica. Revista núm. 5, Ciudad de México, diciembre de 1927. (editores: Salvador Novo y Xavier Villaurrutia).



Nota: González Matute (2019)

**Figura 4.** Portada del número 1 de Contemporáneos. Junio de 1928



Nota: González (2016).

En 1928, Antonieta Rivas Mercado promocionó la creación del patronato de la Orquesta Sinfónica Mexicana apoyando como director a Carlos Chávez. Ese mismo año, el Grupo Ulises inauguró la compañía de teatro que llevaría el nombre de Teatro de Ulises, financiado por Antonieta. Al respecto comentó: “Tenía la necesidad de hacer teatro de vanguardia, como los que han surgido en París, Nueva York y otras ciudades...representando obras extranjeras que en ese momento se encontraban en boga...con el objetivo de presentar teatro moderno y sacudir telarañas, que no por viejas, eran respetables” (Gamas, 2019, p. 163)

Figura 5. El teatro de Ulises

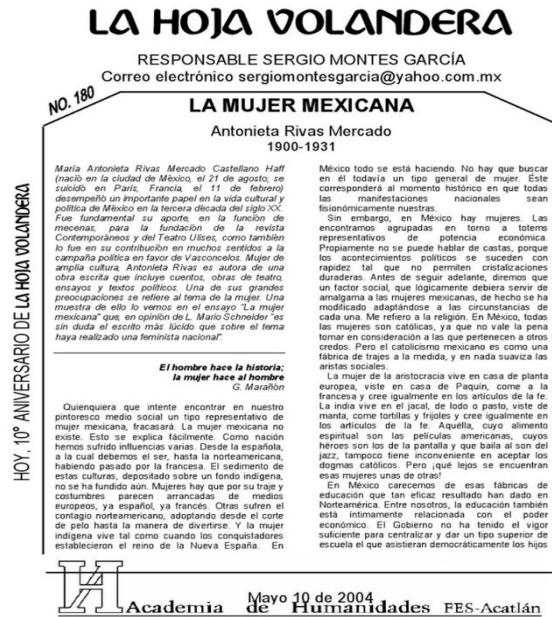


Nota: Ortiz Bullé Goyri (s.f.)

Entrevistada por el periódico El Universal Ilustrado, en mayo de 1928, Antonieta expresaba que había que iniciar con un teatro mexicano que estuviera lejos de los estereotipos de “mexicanidad” que otros intelectuales posrevolucionarios promocionaban, porque “lo que ha dado en llamarse teatro mexicano es una vergüenza para la intelectualidad mexicana, ya que lo mexicano no se define en torno al folclore tradicionalista” (García Gutiérrez, 1999, p. 617).

En La mujer mexicana, publicado en El Sol de Madrid (febrero de 1928), presenta, casi con fiereza, la idea que tenía de la mujer acusándola de su «pasividad» y «docilidad», insistiendo en que: no hay un modelo representativo de la mujer mexicana, porque como tal, ésta no existe, ya que la nación mexicana es la suma de influencias que pasan por las culturas españolas, la norteamericana, la francesa, y el sedimento de esas culturas, depositado sobre un fondo indígena (García Gutiérrez, 1999, p. 620).

Figura 6. La Mujer Mexicana. Antonieta Rivas Mercado 1900-1931.



Nota: Montes García (2004).

Su ideal femenino incluía la recuperación del pasado hispano católico como amalgama cultural para la consolidación de la identidad mexicana femenina. Esta postura en favor del catolicismo se enunciaba cuando la guerra cristera —1926-1929— se encontraba en su punto más álgido, y propugnaban la lucha por la defensa de la libertad religiosa católica, manifestando con esto un ataque directo contra Plutarco Elías Calles y su gobierno.

En ese sentido va la afirmación que escribe Antonieta: “Es menester que la mujer se ponga en condiciones de dar vida moral. ¡Que la mujer se haga capaz de dar vida moral al hombre!” (Gamas, 2019, p. 142, citado por Olague Méndez, 2022, p. 469). En este sentido Olague Méndez (2022) explica “Es decir, que la evidencia de una participación de la mujer en la vida pública de México se vería reflejada a través de la influencia de las mujeres sobre los hombres, fueran estos hijos, esposos, padres o hermanos” (p. 269).

La labor cultural de Rivas Mercado fue muy diversa, pues además de ser promotora cultural, fue editora de libros como *Dama de corazones* de Xavier Villaurrutia, *Novela* como de *Nube* de Gilberto Owen y *Los hombres que dispersó la danza* de Andrés Henestrosa (Rivas Mercado, 1975, p. 14).

Antonieta y Vasconcelos se conocían de nombre –los dos eran íconos de la cultura en México– se encontraron por vez primera la tarde del 10 de marzo de 1929 en el vestíbulo de un hotel en Toluca, en plena campaña presidencial. Los presentó Samuel Ramos. Al instante ambos quedaron prendados uno del otro. Ella se obnubiló de aquel hombre de ilustre y veloz pensamiento, que tenía intenciones de cambiar la vida pública de México.

Vasconcelo describió así su primer encuentro:

El vestíbulo del hotel se tornó luminoso cuando me la presentaron...con naturalidad se estableció de inmediato una inteligencia perfecta entre nosotros...una de las más grandes mujeres que el país ha producido en los últimos tiempos...despilfarraba su fortuna en el sostenimiento de una Sinfónica, edición de revistas literarias selectas y en los trabajos de un teatro de minorías titulado “Ulises”. (Vasconcelos, 1946)

**Figura 7.** José Vanconcelos y Antonieta Rivas Mercado. Diciembre de 1929.



Nota: González Méndez (2018)

A lo largo de los meses de gira electoral nació una relación sentimental entre ambos que quedó registrada en el Diario de Burdeos donde Antonieta presentaba a Vasconcelos como el “mensajero de la buena nueva” el hombre al cual “El pueblo envolvía con su adoración, porque era el redentor que México necesitaba para liberarse del peso que representaba la dictadura de Plutarco Elías Calles” (Rivas Mercado, 1987, p. 245).

Su labor intelectual en México terminó en septiembre de 1929, esto “debido a que se habían recrudecido los ataques contra los simpatizantes y colaboradores de la campaña de Vasconcelos. Entonces, ella decidió abandonar el país” (Olague Méndez, 2022, p. 470).

Será en este exilio, Nueva York, Los Ángeles y finalmente en Burdeos, Francia donde Antonieta dedicó la mayor parte de su tiempo a escribir y elaboró varias de sus obras, algunas de las cuales dejó inconclusas por su prematura muerte (Olague Méndez, 2022).

Antonieta en el Diario que escribió en Burdeos aclara:

[...] que el entregarse a la “tormenta política” que representó la campaña de Vasconcelos, la dejó en un estado anímico precario que la llevó incluso a hospitalizarse —esto sumado a otros problemas personales—, lo que demuestra que la participación que tuvo en la campaña fue mucho más activa de lo que tradicionalmente se le reconoce. (Olague Méndez, 2022, p. 477)

Olague Méndez (2022) señala que:

Es de suponer que tuvo que forzar su entrada a ese mundo distinto a su mundo, por su posición como mujer por un lado y, por el otro, al formar parte de un grupo intelectual que iba contracorriente. A esto se debe sumar que su participación en el movimiento vasconcelista la colocó en directa oposición al callismo forzándola al exilio (Olague Méndez, 2022, p. 477).

Meses después, en París se vuelve a reencontrar con Vasconcelos. Son devastadoras las palabras en las que reproduce su última conversación:

No me necesita, él mismo lo dijo cuando hablamos largo la noche de nuestro reencuentro aquí en esta misma habitación. En lo más animado del diálogo, pregunté: "Dime si de verdad, de verdad, tienes necesidad de mí." No sé si presintiendo mi desesperación o por exceso de sinceridad, reflexionó y repuso: "Ninguna alma necesita de otra, nadie, ni hombre ni mujer, necesita más que de Dios. Cada uno tiene su destino ligado sólo con el creador" (Rivas Mercado, 1987, p. 435)

El 11 de febrero de 1831, se escuchó dentro del recinto religioso de Notre Dame en París un trueno estremecedor. Una mujer caía ensangrentada. Antonieta Rivas Mercado fue sepultada el 16 de febrero, en el cementerio Thiais, a las afueras de París. La familia la desconoció. Cinco años después del triste acontecimiento, en 1936, el cuerpo, al no ser reclamado, fue exhumado y trasladado a la fosa común.

## Conclusiones

Al finalizar este recorrido por la trayectoria de Antonieta Rivas Mercado, resulta imperativo trascender la imagen romántica y victimizada que ha dominado la narrativa popular, para rescatar a la intelectual activa y desafiante. Como se ha evidenciado a lo largo del artículo, Antonieta no fue un personaje pasivo en la historia cultural de México; fue una arquitecta de la modernidad en un país que luchaba por definir su identidad tras la Revolución.

Su labor no se limitó a abrir la cartera para financiar los sueños de otros; su mecenazgo fue una intervención crítica, una postura estética y política que buscaba insertar a México en el siglo que nos vio nacer.

La revisión de sus cartas y textos inconclusos revela que la dicotomía entre su vida pública y la privada es, en realidad, una falsa separación. En su correspondencia con Manuel Rodríguez Lozano, vemos cómo la escritura se convierte en un espacio donde escritura y biografía se fusionan, y sirven como un mecanismo de supervivencia. Las cartas no son solo documentos testimoniales de una pasión no correspondida o de una devoción o sumisión hacia la figura masculina del artista; son también el laboratorio donde Antonieta afila su pluma y su pensamiento crítico. En ellas, disecciona el ambiente cultural de su tiempo, criticando el folclorismo superficial que imperaba bajo la tutela de los muralistas oficiales. Esta lucidez demuestra que su angustia personal no anula su capacidad analítica y que por el contrario, su dolor parecía agudizar su visión sobre el entorno que la rodeaba.

Es crucial visibilizar a la editora que publicó obras fundamentales de Villaurrutia y Owen, a la traductora que trajo la vanguardia francesa a México y a la cronista que documentó el fin de la ilusión democrática. Su novela inconclusa, *El que huía*, prometía ser una exploración profunda de la identidad mexicana, pero sin folclorismos, prefigurando las reflexiones que más tarde harían Octavio Paz y Samuel Ramos.

Antonieta Rivas Mercado fue en definitiva una mujer desafiante que, como ella misma escribió, su deber era escribir y dejar testimonio de su paso por un mundo del que se sentía desterrada. Al releer sus textos y reconstruir sus proyectos se recupera a la escritora olvidada para completar el mapa cultural de un México que no se explica sólo a través de sus murales, sino que también se observa en sus grietas y voces disidentes. Su legado reside en esa inquebrantable voluntad de ser, de actuar y crear.

Sirva esta investigación para recordar a una gran promotora cultural de principios del siglo XX; quien supo vencer las barreras sociales y de género enriqueciendo la vida cultural del México posrevolucionario fuera del folclorismo imperante; una mujer que se ganó por sí misma un lugar en la Historia.

## Referencias

- Gamas, T. A. (2019). *Antonieta Rivas Mercado. Obras*. Tomo I. (Cuento, teatro, Prosa varia, Traducción, Novela y Crónica) (1.ª ed.). Siglo XXI Editores.
- García, R. (1999). Antonieta Rivas Mercado en sus textos. *Anales de Literatura Hispanoamericana*, 28(1), 611-636. <https://revistas.ucm.es/index.php/ALHI/article/view/ALHI9999120611A>
- González, A. M. (2002). Escritura y biografía en las cartas de Antonieta Rivas Mercado. En Cusato, D. A. & Frattale, L. (Coords.), *Atti del XX Convegno dell'Associazione Ispanisti Italiani: La penna di Venere. Scritture dell'amore nelle culture iberiche* (Vol. 1, pp. 409–420). Associazione Ispanisti Italiani. [https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/15/15\\_409.pdf](https://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/15/15_409.pdf)
- González, J. (11 de noviembre de 2018). Las tres vidas de Antonieta Rivas Mercado. *PressReader-Milenio*. <https://www.pressreader.com/mexico/milenio-puebla/20181111/282557314229379>
- González, L. (2019). Antonieta Rivas Mercado. Obras, de Tayde Acosta Gamas. Investigación y archivos de Artes Visuales. <https://piso9.net/antonieta-rivas-mercado-obras-de-tayde-acosta-gamas/>
- González, O. (2016). Las mil notas y una nota. *Crítica y reseña de libros habidos y por haber*. <https://notasomargonzalez.blogspot.com/2016/09/>
- Montes, S. (2004). *La Mujer Mexicana. Antonieta Rivas Mercado 1900-1931*. <https://imgv2-2-f.scribdassets.com/img/document/335534653/original/5a33f43050/1709778988?v=1>
- Olague, M. del C. (2022). Antonieta Rivas Mercado: Una intelectual en el México posrevolucionario (1927-1931). *Sincronía*, 26(82), 458–485. <https://doi.org/10.32870/sincronia.axxvi.n82.21b22>
- Ortiz, A. (s.f.). *Teatro mexicano Uam-Unam: notas sobre el teatro de Ulises (1928)*. <https://ortizote.blogspot.com/2014/11/notas-sobre-el-teatro-de-ulises-1928.html>
- Secretaría de Cultura. (2020). *La desafiante Antonieta Rivas Mercado*. <https://www.gob.mx/cultura/articulos/la-desafiante-antonieta-rivas-mercado?idiom=es>
- Rivas, A. (1975)., *Cartas a Manuel Rodríguez Lozano (1927-1930)*. Secretaría de Educación Pública. SEP/Setentas.
- Rivas, A. (1987). *Obras completas*. Secretaría de Educación Pública. SEP-Oasis.
- Vasconcelos. (1946). *El proconsulado cuarta parte del Ulises Criollo*. Ediciones Botas.