



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

La red social del grabado michoacano, sus prácticas y las transformaciones que acontecen con el uso de sitios de redes sociales

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Maestría en Comunicación y Cultura Digital

Presenta

Lic. Citlali Guadalupe Cerda Vázquez

Dirigido por:

Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua

Querétaro, Qro. a OCTUBRE 2021



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Maestría en Comunicación y Cultura Digital

La red social del grabado michoacano, sus prácticas y las transformaciones que acontecen con el uso de sitios de redes sociales

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de Maestra en Comunicación y Cultura Digital

Presenta

Lic. Citlali Guadalupe Cerda Vázquez

Dirigido por:

Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua

Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua
Presidente

Dra. María de la Luz Fernández Barros
Secretario

Dra. Martha Gutiérrez Miranda
Vocal

Dra. Aida Carvajal García
Suplente

Mtra. Blanca Patricia Hernández Velázquez
Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

OCTUBRE 2021

México

La casa se llena de un aroma a palomitas, es mi madre que me ha preparado un tentempié para consentirme. Bajó las escaleras y veo a mis padres en la sala, me miran contentos y me preguntan ¿cómo vas? He estado todo el día encerrada en el cuarto, una coma más, otro autor que citar... los extraño a pesar de que nos separan unos cuantos escalones, pero cada quién en lo suyo. No saben cuánto me agrada poder compartir con ellos, aunque sea unos minutos.

Este es el momento para expresar lo mucho que los amo, por ello dedico mi tesis a María Teresa Vázquez Murillo y Arturo Cerda Báez, que son mi apoyo y la razón por la cual he podido alcanzar la dicha de convertirme en una investigadora.

Del mismo modo, a mi hermano Arturo Cerda Vázquez; y a mi familia...
Simplemente gracias.

Con cariño para Benji, Alex, Lau, Karen, Martina, Montse, Adriana y Aimée. Su amistad incondicional fue soplo de fuerza cuando quería rendirme.

La única manera que encuentro de pagar lo que has hecho por mí es siguiendo tu ejemplo. Quiero ser, al igual que tú, la solución para que otros descubran su pasión.

Por eso, seré la guía de otros estudiantes que, como yo, no encontraban forma a sus proyectos; no seré egoísta, tendré paciencia, dedicación y, sobre todo, empatía.

Para ti, mi asesora. Espero que siempre encuentres gozo aconsejando, enseñando y formando profesionales en esta noble causa que es la investigación.

Para los que partieron

Edith

Yola

Martha

Viri

Alfredo

Jorge

...Nos hacen falta.

Para Victoria, el amor de mi vida.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

Agradezco a la Universidad Autónoma de Querétaro; a la rectora la Dra. Teresa García Gasca, quien brindó apoyo y soporte a la creación y mantenimiento de esta Maestría; a la Dra. Marcela Ávila-Eggleton, directora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales por su intervención para continuar con este proyecto; al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), de los Estados Unidos Mexicanos, por su apoyo durante dos años, bajo el número de CVU 1003396, para que la tercera generación de esta Maestría en Comunicación y Cultura Digital pudiera dedicarse de manera exclusiva a sus investigaciones.

Así también, quiero dar las gracias a las maestras y los maestros de la Maestría en Comunicación y Cultura Digital por su paciencia e interés en compartir conmigo sus conocimientos: el Dr. Germán Espino, la Mtra. Karla Negrete, la Dra. Miriam Herrera y el Dr. Sergio Rivera; de igual forma a la Dra. Betsabee Fortanell, quién además fungió como coordinadora de la maestría y estuvo al pendiente del bienestar de todos mis compañeros. En especial, es mi deseo extender mi gratitud a la Dra. Cinthya Estrada y el Dr. Héctor Gutiérrez, quienes me aconsejaron y estuvieron presentes en este camino, más allá de las responsabilidades que les correspondían como profesores.

Del mismo modo a mis compañeras y compañeros de clases por los que siento admiración y respeto. Deseo expresar reconocimiento a todo el equipo de trabajo de la maestría por su disponibilidad y ayuda: a Araceli Chacón, a Luz Del Carmen Lozada, a Marco Antonio Salinas y a Marilú Pacheco.

Aprovecho este apartado para reconocer a mi asesora la Dra. Vanesa Del Carmen Muriel, y a mis lectoras la Dra. Aida Carvajal, la Mtra. Blanca Hernández, la Dra. María de la Luz Fernández y la Dra. Martha Gutiérrez; que no solo velaron por este proyecto, sino que con sus correcciones y consejos me han enseñado a ser una mejor investigadora.

Por último, a las y los grabadores michoacanos que, sin su apoyo este proyecto no hubiera sido posible.

Resumen

La tesis que se presenta a continuación tiene como finalidad dar cuenta de cómo el uso de sitios de redes sociales (SRSs) está cambiando el gremio del grabado en Michoacán de Ocampo. Todo esto desde un discurso cimentado en la comunicación y los estudios culturales en la era de la convergencia, donde se enfatiza la relación que tiene el grabado michoacano en sus diversas dimensiones y el empleo de estas páginas en el ciberespacio; las cuales se presentan como una alternativa con el potencial de contribuir al desenvolvimiento de ciertas actividades en citada manifestación del arte. Por lo anterior, el objetivo general de este proyecto fue describir cómo el uso de los sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social; lo anterior, a partir de un enfoque metodológico mixto, con prioridad en el modelo de investigación cualitativo. Para tal fin, la ruta metodológica consistió en 3 fases en las que primero, con la aplicación de una encuesta a los creadores del Estado se analizaron los SRSs que usan estos artistas para desarrollar sus prácticas; segundo, por medio de un análisis de redes de los talleres en Facebook e Instagram de la Sociedad Michoacana de Grabadores se examinaron los nodos y las conexiones que configuran sus cuentas; y tercero, a través de entrevistas semi estructuradas, a sujetos clave de la anterior muestra, se identificó el capital social que tienen a disposición estos actores. Los resultados obtenidos, a razón de lo expuesto, identifican que en efecto estas herramientas digitales están modificando las prácticas y la red social de los grabadores; lo que ha dado cabida a la aparición de una red alternativa en la cultura digital, paralela a la red análoga, en la que estos artífices obtienen, por un lado, nuevos espacios y métodos para la exhibición de los trabajos, y por el otro, distintos capitales que no pueden adquirirse fácilmente.

Palabras clave: grabado michoacano, sitios de redes sociales, redes sociales, capital social.

Abstract

The thesis presented below is intended to account for how the use of social networking sites (SNSs) is changing the engraving industry in Michoacán de Ocampo. All this from a discourse based on communication and cultural studies in the era of convergence, where the relationship that engraving from Michoacán has in its various dimensions and the use of these pages in cyberspace is emphasized; which are presented as an alternative with the potential to contribute to the development of certain activities in said manifestation of art. Therefore, the general objective of this project was to describe how the use of social networking sites is transforming practices in the engraving from Michoacán and its social network; the above, from a mixed methodological approach, with priority on the qualitative research model. To this end, the methodological route consisted of 3 phases in which first, with the application of a survey to the creators from the state of Michoacán, the SNSs that these artists use to develop their practices were analysed; second, through an analysis of the network of the workshops on Facebook and Instagram of the “Sociedad Michoacana de Grabadores”, the nodes and connections that make up their accounts were examined; and third, through semi-structured interviews with key subjects from the previous sample, the social capital available to these agents was identified. The results obtained, based on the above, identify that in effect these digital tools are modifying the practices and the social network of the engravers; which has given rise to the appearance of an alternative network in digital culture, parallel to the analog network, in which these craftsmen obtain new spaces and methods for the exhibition of their work, as well as different capitals that cannot be easily acquired.

Keywords: Engraving from Michoacán, social networking sites, social network, social capital.

Índice

INTRODUCCIÓN	017
CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	024
1. 1. Antecedentes	024
1. 2. Objetivo general	051
1. 2. 1. Objetivos específicos	051
1. 3. Pregunta de investigación	051
1. 3. 1. Preguntas específicas	051
1. 4. Justificación	053
CAPÍTULO 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN	057
2. 1. Sobre los textos revisados	057
2. 2. Uso de redes sociales para la puesta en común	058
2. 3. Uso de sitios de redes sociales para la producción de objetos artísticos	064
2. 4. Uso de sitios de redes sociales para la venta de objetos artísticos	073
2. 5. Uso de sitios de redes sociales para instituciones culturales	081
2. 6. Conclusiones respecto a lo enunciado por las investigaciones	089
CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	092
3. 1. El arte entendido como un sistema	092
3. 1. 1. La cultura, un punto de donde partir	092
3. 1. 2. Sistema, un concepto para entender al todo	096
3. 1. 2. 1. Un complejo de varios sistemas	099
3. 2. La red une a los sistemas	106
3. 2. 1. El complejo, un lugar vinculado por redes sociales	108
3. 3. El ciberespacio dibuja nuevas estructuras en el complejo	112
3. 3. 1. El comportamiento de los actores y las conexiones en la red de redes	115
3. 3. 2. Los sitios en el ciberespacio para las redes sociales	116
3. 3. 3. El ciberespacio y sus entornos tecnológicos usados por la sociedad	119
3. 4. Prácticas y sinapsis en la red del arte	121

3. 4. 1. Prácticas, un concepto con varios nominalismos	121
3. 4. 1. 1. Arte: el complejo donde se acunan diversas prácticas	124
3. 4. 2. La red de ese sistema llamado arte	128

CAPÍTULO 4. MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO 4. MARCO METODOLÓGICO	131
4. 1. Enfoque de la investigación	131
4. 2. Diseño de la investigación	133
4. 2. 1. Fases de la metodología	133
4. 2. 1. 1. Primera etapa: Prácticas y nodos en los sitios de redes sociales del grabado michoacano	133
4. 2. 1. 2. Segunda etapa: El capital social en la red del grabado en Michoacán	142
4. 3. Desarrollo de la estrategia metodológica	145
4. 3. 1. Acercamiento empírico al objeto de estudio a través de la encuesta	145
4. 3. 1. 1. Sistematización de la información obtenida en la encuesta	149
4. 3. 2. Acercamiento empírico al objeto de estudio a través del análisis de redes sociales	150
4. 3. 2. 1. Sistematización de la información obtenida en el análisis de redes sociales	152
4. 3. 3. Acercamiento empírico al objeto de estudio a través de la entrevista semi estructurada	154
4. 3. 3. 1. Sistematización de la información obtenida en la entrevista semi estructurada	157

CAPÍTULO 5. RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN POR ESTRATEGIA METODOLÓGICA

CAPÍTULO 5. RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN POR ESTRATEGIA METODOLÓGICA	159
5. 1. Análisis e interpretación de la información obtenida en la encuesta	159
5. 2. Análisis e interpretación de la información obtenida en el análisis de redes sociales	191
5. 3. Análisis e interpretación de la información obtenida en la entrevista semi estructurada	208

CAPÍTULO 6. HALLAZGOS USO DE SRSs EN EL GRABADO	244
MICHOACANO: TRANSFORMACIONES EN LA RED SOCIAL Y EN LAS PRÁCTICAS	
6. 1. Usos de los sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano	244
6. 2. La red social del grabado michoacano vista al interior de los sitios de redes sociales	253
6. 3. Transformaciones de las prácticas del grabado michoacano con el uso de sitios de redes sociales	268
6. 4. Transformación de la red del grabado michoacano a partir del uso de sitios de redes sociales	270
CONCLUSIONES	273
REFERENCIAS	280
ANEXOS	290

Índice de tablas

Tabla 1	Cuadro de operacionalización de las categorías para el instrumento encuesta	138
Tabla 2	Cuadro de operacionalización de las categorías para el instrumento de análisis de redes sociales	140
Tabla 3	Cuadro de operacionalización de las categorías para el instrumento de la entrevista	144
Tabla 4	Frecuencias y porcentajes de la distribución del grabado michoacano por municipios	161
Tabla 5	Frecuencias y porcentajes del último nivel escolar cursad	161
Tabla 6	Frecuencias y porcentajes del tipo de información que se comparte a través de los sitios de redes sociales	165
Tabla 7	Frecuencias y porcentajes de los sitios de redes sociales usados para el acopio de datos	170
Tabla 8	Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para resolver problemas derivados de la creación	171
Tabla 9	Frecuencias y porcentajes del uso de los sitios de redes sociales para llevar registro de ideas	173
Tabla 10	Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para la evaluación del proceso creativo	174
Tabla 11	Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para la compra de insumos y materiales	175
Tabla 12	Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para mostrar grabado	176
Tabla 13	Frecuencias y porcentajes que consideran que los sitios de redes sociales son un buen lugar para las exposiciones virtuales	177
Tabla 14	Frecuencias y porcentajes de los sitios de redes sociales que se usan para invitar a las exposiciones	177
Tabla 15	Razones por las cuales las y los grabadores michoacanos han podido ser vistos en México a través de los sitios de redes sociales	179

Tabla 16	Razones por las cuales las y los grabadores michoacanos han podido ser vistos en otras partes del mundo a través de los sitios de redes sociales	180
Tabla 17	Frecuencias y porcentajes de quiénes consideran que los sitios de redes sociales no sustituyen a los críticos de arte	182
Tabla 18	Frecuencias y porcentajes de los que consideran que los comentarios y reacciones a la pieza son una forma de valorar la obra	184
Tabla 19	Frecuencias y porcentajes de los que consideran que es necesario contar con un profesional del diseño gráfico que se encargue de la imagen del artista en los sitios de redes sociales	185
Tabla 20	Frecuencias y porcentajes de los que consideran que es necesario contar con un profesional que administre sus sitios de redes sociales	186
Tabla 21	Frecuencias y porcentajes sobre el reemplazo de actividades de museos y galerías de arte: carpeta del artista y texto curatorial	187
Tabla 22	Razones del porque compartir una ficha técnica junto al grabado en los sitios de redes sociales	188
Tabla 23	Sitios de redes sociales más utilizados para la venta de grabado michoacano	189
Tabla 24	Uso de sitios de redes sociales para publicar los precios de la obra	190
Tabla 25	Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en <i>Instagram</i> de los nodos y su interacción en la red del grabado michoacano	191
Tabla 26	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Instagram</i> de los nodos que son más y menos frecuentes en la red del grabado michoacano	192
Tabla 27	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Instagram</i> de los nodos que más y menos interactúan en la red del grabado michoacano	193
Tabla 28	Frecuencias y porcentajes de las interacciones en todas las páginas de <i>Instagram</i> de la red del grabado michoacano	194
Tabla 29	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Instagram</i> de los nodos que solo interactuaron una vez en la red del grabado michoacano	195
Tabla 30	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Instagram</i> de las y los grabadores michoacanos de La SMG que están presentes en la muestra y en sus propias páginas	196

Tabla 31	Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en <i>Facebook</i> de los nodos y su presencia en las interacciones dentro de la red del grabado michoacano	197
Tabla 32	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de los nodos que son más y menos frecuentes en la red del grabado michoacano	198
Tabla 33	Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en <i>Facebook</i> de los nodos y su presencia en la interacción de compartir publicaciones de la red del grabado michoacano	198
Tabla 34	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de los nodos que son más y menos frecuentes al momento de compartir en la red del grabado michoacano	199
Tabla 35	Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en <i>Facebook</i> de los nodos y su interacción de comentar las publicaciones de la red del grabado michoacano	200
Tabla 36	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de los nodos que más y menos están presentes en las interacciones dentro de la red del grabado michoacano	201
Tabla 37	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de los nodos que más y menos comparten publicaciones de la red del grabado michoacano	202
Tabla 38	Frecuencias y porcentajes del total de comentarios en la muestra y el tipo de relaciones sociales de la red del grabado michoacano	203
Tabla 39	Frecuencias y porcentajes de todas las interacciones en las páginas de <i>Facebook</i> de la red del grabado michoacano	204
Tabla 40	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de los nodos que solo interactuaron una vez en la red del grabado michoacano	205
Tabla 41	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de los nodos que compartieron una publicación solo una vez en la red del grabado michoacano	206
Tabla 42	Frecuencias y porcentajes por página de <i>Facebook</i> de las y los grabadores de La SMG que están presentes en la muestra y en sus propias páginas	207

Índice de figuras

Figura 1	Códigos de los nodos para el análisis de redes sociales	141
Figura 2	Mapa de los municipios de Michoacán de Ocampo, INEGI, 2010	147
Figura 3	Nube de palabras de las cinco ventajas del uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano	166
Figura 4	Nube de palabras de las cinco desventajas del uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano	169
Figura 5	Nube de palabras que enmarcan las opiniones de que el crítico de arte da un juicio profundo	182
Figura 6	Nube de palabras que enmarcan las opiniones de que el espectador no da un juicio profundo	183
Figura 7	Nube de palabras que muestran los nodos con mayor interacción en la muestra de <i>Instagram</i>	195
Figura 8	Nube de palabras que muestran los nodos con mayor interacción en la muestra de <i>Facebook</i>	205

Índice de gráficas

Gráfica 1	Porcentajes de las edades de las y los grabadores michoacanos	159
Gráfica 2	Porcentajes de los años dedicados al grabado	160
Gráfica 3	Porcentaje de mujeres y hombres que practican grabado en Michoacán de Ocampo	160
Gráfica 4	Técnicas usadas en el grabado michoacano	162
Gráfica 5	Uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano	163
Gráfica 6	Cinco ventajas del uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano	165
Gráfica 7	Cinco desventajas del uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano	167
Gráfica 8	Búsqueda de materiales para el proceso creativo	170
Gráfica 9	Uso de sitios de redes sociales para el acopio de datos	171
Gráfica 10	Uso de sitios de redes sociales para resolver problemas	172
Gráfica 11	Uso de sitios de redes sociales para guardar ideas para próximos grabados	172
Gráfica 12	Uso de sitios de redes sociales para el proceso de evaluación	174
Gráfica 13	Uso de sitios de redes sociales para buscar o comprar materiales	175
Gráfica 14	Difusión en los sitios de redes sociales	176
Gráfica 15	Sitios de redes sociales para que vean su trabajo	176
Gráfica 16	Uso de sitios de redes sociales para invitar personas a las exposiciones	178
Gráfica 17	Consideración de las profesiones de diseño gráfico y <i>community manager</i>	186
Gráfica 18	Uso de sitios de redes sociales para vender grabado michoacano	189
Gráfica 19	Ingreso a parte del grabado	190

INTRODUCCIÓN

Aproximación al objeto de estudio

Esta tesis de maestría en Comunicación y Cultura Digital se circunscribe a la Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento de los Estudios Culturales en la Era de la Convergencia.

El tema de investigación de este proyecto es el uso de sitios de redes sociales (SRSs) entre las y los grabadores del estado de Michoacán de Ocampo, durante los años 2020 y 2021, y las transformaciones en sus prácticas y red social que acontecen con dichos usos.

A razón de lo anterior, la tesis respondió ¿Cómo el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social? A través de una investigación de tipo descriptiva, empírica y con un enfoque metodológico mixto, sobre la base de un diseño transformativo secuencial (DITRAS) en el que intervienen dos etapas de recolección de datos: cuantitativos y cualitativos. Cabe señalar que, se considera que el método con mayor peso en el diseño corresponde al enfoque cualitativo.

Así también, para contestar a la pregunta de investigación se determinaron cuatro objetivos específicos:

- 1) Analizar que sitios de redes sociales usan las y los grabadores michoacanos para desarrollar sus prácticas en el grabado. Recurriendo a la recolección de datos cuantitativos a través de la encuesta.
- 2) Analizar los nodos, las conexiones y el capital social que configuran las redes sociales del grabado michoacano a partir del uso de SRSs. Ello, con la ayuda del análisis cuantitativo de redes sociales para acercarse a los nodos y las conexiones; y el acopio cualitativo de opiniones acerca del capital social, a través de la entrevista semi estructurada

De tal forma que, con la información obtenida de los primeros dos objetivos se logró:

- 3) Identificar cómo los usos de SRSs transforman las prácticas en el grabado michoacano.
- 4) Identificar cómo el uso de sitios de redes sociales transforma las redes sociales del grabado michoacano.

Debido a lo cual, la orientación teórica para este proyecto de investigación está constituido por: el *manual de creatividad: los procesos psíquicos y el desarrollo*, de Mauro Rodríguez Estrada (2007), por el cual se determinaron las prácticas pertinentes a observar; el libro *Redes sociais na Internet* [redes sociales en Internet] de Raquel Recuero (2008), para estudiar a los sitios de redes sociales y los componentes de la red social [offline] que son los nodos y las conexiones, en las que se integran el capital social [CS]; así también, el libro *El arte contemporáneo* de Anne Cauqueline (2002), por el cual se definieron los nodos presentes en la red del arte; y por último, el artículo escrito por Sonia Bertolini y Giangiacomo Bravo (2001), con el fin de establecer las características del CS.

Estructura interna del proyecto de investigación

El contenido de esta tesis está dispuesto en seis capítulos en los que se congrega la información pertinente para el desarrollo del objeto de estudio. Así también, dentro de la estructura se integran este apartado introductorio; las conclusiones que, a decir, no deben confundirse con los hallazgos de investigación a los que se ha llegado por medio de los instrumentos; las referencias de las fuentes que fueron consultadas; y finalmente los anexos.

El **CAPÍTULO 1** corresponde a la definición del grabado, sus técnicas y, las diferencias y similitudes con la estampa. Así como, los antecedentes históricos de esta práctica artística: su origen en la dinastía mongola del siglo XII, su arribó a América a través de la imprenta en 1539, la consolidación de la estampa mexicana en el XIX, las vanguardias graficas del México moderno, el grabado en Michoacán de Ocampo y sus exponentes, para concluir en la evolución del mismo en el siglo XXI.

De igual forma. en este apartado son incluidos los elementos del planteamiento del problema: el objetivo general y los objetivos específicos, las preguntas de investigación, la justificación y viabilidad del estudio.

El **CAPÍTULO 2** contiene los 18 documentos, artículos e investigaciones, realizados entre los años 2009 y 2019, que son próximos al tema de investigación de este proyecto y que, por tanto, representan el estado de la cuestión y visibilizan los posibles caminos para abonar en aquellos campos que no han sido abordados. En este sentido, los textos consultados observan el uso que han dado los artistas a los sitios de redes sociales para la puesta en común, la venta de objetos artísticos y la producción, así como, el empleo de estas plataformas en beneficio de los contendores de arte.

El **CAPÍTULO 3** es la discusión teórico conceptual que envuelve los conceptos que son centrales para la comprensión del cómo convergen Internet con las prácticas artísticas. Este marco, que va de lo general a lo particular, inicia con el arte como elemento de la cultura y sistema que se imbrica con otros complejos unidos por la presencia de redes sociales que, a su vez, tienen presencia en los sitios de redes sociales en el ciberespacio, en donde son gestadas las prácticas en el arte.

Es importante para la lectura posterior de este documento no confundir como homólogos los sitios de redes sociales (SRSs) y las redes sociales, ya que los SRSs “actúan como un soporte [en Internet] para las interacciones que constituirán las redes sociales, no son, en sí mismas, redes sociales” (Recuero, 2008, p. 103) y, por tanto, su concepto está ligado a las plataformas de *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, por mencionar algunas.

El **CAPÍTULO 4** traza la ruta metodológica a seguir para dar respuesta a la pregunta de investigación y cumplir con los objetivos del proyecto, que ya han sido enunciados anteriormente. Además, en esta sección se incorporan el acercamiento empírico al objeto de estudio y la sistematización de la información obtenida a través

de los instrumentos de recolección de datos: la encuesta, el análisis de redes y la entrevista semi estructurada.

Para las encuestas, que fueron aplicadas vía *online*, se ha contado con la colaboración de 51 grabadoras y grabadores de distintas edades, que son emergentes y reconocidos, y que practican en el Estado de Michoacán de Ocampo; así mismo, la información obtenida fue analizada a través de la estadística nominal, por medio de frecuencias y porcentajes, a fin de analizar cuáles son los sitios de redes sociales usados por estos creadores para el desarrollo de sus prácticas creativas, económicas y de autogestión.

En tanto, para el análisis de redes sociales se observaron 864 publicaciones de las páginas, en *Facebook* e *Instagram*, de los 5 talleres que integran a la Sociedad Michoacana de Grabadores; los datos obtenidos fueron frecuencias y porcentajes de las conexiones de los nodos presentes en estas redes y sus conexiones, es decir, las interacciones, las relaciones y los lazos sociales.

De igual forma, se contó para las entrevistas semi estructuradas con el apoyo de 5 grabadores michoacanos y 3 seguidores de esta práctica artística; a los cuales se interrogó sobre el capital social que adquirirían a través de los sitios de redes sociales. Muestra que, cabe señalar, estaba constituida por los principales nodos que realizaron conexiones en los SRSs analizados en el instrumento anterior.

El **CAPÍTULO 5** reúne los resultados de cada uno de los instrumentos de investigación. De esta manera se conoce a través de la encuesta que: es *Instagram* la principal plataforma a la que los grabadores recurren para el acopio de datos de la información que probablemente utilizarán para futuras creaciones; es *YouTube* la página más ocupada para dilucidar y resolver los problemas que devienen del proceso de incubación e intuición; es *Facebook* el sitio mayormente ocupado para la consulta de opiniones sobre la obra; son *Facebook*, *Amazon* y *Mercado Libre* los espacios en Internet más visitados para la compra de insumos y materiales del grabado; del mismo modo es *Instagram* el SRS preferido por estos creadores para

socializar sus estampas. A través de este instrumento, también se sabe que las y los grabadores valoran el juicio de los críticos de arte sobre su trabajo por encima de la opinión de otros usuarios no especializados; y que estos artistas, en su mayoría, consideran necesario contar con un diseñador gráfico y alguien que les ayude a administrar sus perfiles.

Por otro lado, por medio del análisis de redes se observó que la mayoría de las conexiones que los usuarios entablan con la Sociedad Michoacana de Grabadores a través de sus SRSs son débiles; también que los nodos que más aparecen en sus redes son artistas, amigos y familiares, mientras que los que menos aparecen son los periodistas, críticos de arte, museos, galerías, así como otros talleres de gráfica. Además, *Facebook* es la plataforma en donde ocurre una mayor valoración del artista y se entablan más conversaciones con respecto a las ventas, por el contrario, es *Instagram* la más usada para poner en *tela de juicio* las piezas que son compartidas en esta página.

En último término, con base a los datos obtenidos por la entrevista semi estructurada se analiza que el uso de sitios de redes sociales es un medio por el cual las y los grabadores michoacanos duplican las relaciones sociales que conocen en la realidad *offline*, y que adquieren capital social traducido en esferas de contacto para la concreción de proyectos, exhibiciones y venta de sus trabajos; este capital, a decir, es obtenido a través de la Facultad Popular de Bellas Artes (FPBA), la Secretaría de Cultura del Estado (SECUM), de otros grabadores y de eventos presenciales como ferias de arte y exposiciones. Igualmente, los SRSs proporciona CS normativo mediante reglas y valores como la solidaridad y el trabajo en equipo; mismo que se encuentra disponible en la FPBA, la SMG y de artistas pares. En relación con esto, el CS cognitivo que circula en estos espacios digitales ofrece información sobre concursos, convocatorias y financiación, e igual, acerca de otros exponentes y técnicas de esta práctica artística por vía de los tutoriales, otros grabadores y la FPBA. En cuanto a la confiabilidad del entorno para la venta de estampas y compra de materiales, los SRSs se consideran seguros siempre y

cuando las formas de pago se hagan de manera presencial, en efectivo, o con métodos como *PayPal*. Para terminar los resultados, gracias a los entrevistados se concluyó que los distintos capitales sociales dispuestos en la red del grabado michoacano no son representativos para determinar que entre ellos se están congregando como una institución formal o informal.

El **CAPÍTULO 6** da respuesta a la pregunta de investigación: ¿Cómo el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social? Ello, a partir de la triangulación de patrones de convergencia, así como particularidades de los datos reunidos a través de los instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativo, lo que, generó una interpretación global de la información obtenida y que se visibiliza en este apartado. Para lo cual, el texto se divide en cuatro apartados que atienden a cada una de las preguntas específicas para el objeto de estudio.

En este sentido los primeros hallazgos visibilizan el uso que le dan las y los grabadores michoacanos a los SRSs para gestar sus prácticas; así, sobre este particular se atiende que los sitios de redes sociales son usados por estos creadores para los procesos creativos de acopio de datos, incubación e intuición, evaluación, elaboración y comunicación de sus trabajos, así también son páginas en donde también se suscriben actividades para la venta de las estampas. Sin embargo, la información obtenida apunta que, para el cuestionamiento del problema, es decir, para la primera idea que desemboca a la inspiración de una nueva pieza estas plataformas no son el medio detonador, como sí lo son los espacios de exhibición tradicionales como los museos y las galerías físicas. De igual forma, se conoce que los SRSs permiten a estos artistas prescindir de mediadores para gestar sus actividades, lo cual, no significó en la mayoría de la muestra que estos medios digitales reemplazan la labor de profesionales como los críticos de arte, *cummunity managers* y diseñadores gráficos.

En segunda instancia, los hallazgos permitieron visibilizar los elementos que configuran la red social del grabado michoacano a partir del uso de SRSs. Por tanto,

la red está construida por: productores del menaje que son la Facultad Popular de Bellas Artes, la Secretaría de Cultura del Estado de Michoacán y otros espacios de exhibición fuera de Michoacán; auxiliares de producción que son los críticos e historiadores de arte, páginas de turismo en el Estado, y periodistas (cabe mencionar que productores y auxiliares son los nodos con menor conexión); los miembros de la Sociedad Michoacana de Grabadores; y los seguidores, en los que se incluyen artistas de otras disciplinas, amigos y familiares de la muestra (los nodos con mayor conexión). Todos los anteriores, son actores en la red que proporcionan en mayor o menor medida capitales sociales para las y los grabadores.

Los últimos dos apartados de los hallazgos demuestran como el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano; y la red social de estos grabadores. A este respecto, algunos de los cambios observados son la erogación de tiempo para el manejo de estas plataformas, y la llegada de espacios digitales para que artistas emergentes puedan exponer, con la particularidad de nuevas formas de exhibición de los trabajos. Así también se evalúa la aparición en los SRSs de una red alternativa que converge con la red institucionalizada, y por la cual, dejan de ser indispensables las conexiones con algunos nodos de producción.

CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El grabado es una práctica artística con 9 siglos de antigüedad; su historia es un andamiaje que involucra el genio de los grabadores unido a la inclusión de las tecnologías de su tiempo, y que prevalece constante en los albores del siglo XXI a través de la incorporación de estos creadores en los sitios de redes sociales. Así, lo anterior constituye un problema para abordar en aras de las ciencias sociales, la comunicación y la cultura digital; fenómeno por el cual nace la siguiente investigación.

1. 1. El grabado y la estampa: características y antecedentes para su comprensión

El grabado, citan Francisco Hernández y Ólger Arias (2017), es llamado “el arte del original múltiple” porque, cada una de las impresiones que realice el autor serán “grabados originales” (p. 69) sin importar el número total de estampaciones.

El grabado y la estampa, como refiere Vicenç Furió (2014), a menudo son usados erróneamente como sinónimos. La primera práctica artística surgió varios siglos antes y se trata de un procedimiento por el que se reproducen figuras a partir de incisiones que se hacen a una plancha o matriz; en cambio, la segunda es el producto último, es decir, la hoja de papel en la que se ha transferido la imagen previamente tallada y entintada. A pesar de ello, este autor sugiere que es posible utilizar la palabra *grabado* con un significado extendido para referirse tanto al procedimiento, como a la pieza gráfica final.

Gastón Tissandier (1875) ubicó los inicios del grabado en el hombre primitivo, a partir de los restos arqueológicos de huesos y piedras talladas. En palabras del Ministerio de Educación de la Nación (1955 [en Argentina]): “el reno y el mamut dieron al arte paleolítico huesos, astas y marfiles labrados en relieve y decorados por el grabado en forma de puñales, arpones y lanzas” (p. 9). Al tiempo, dicho ministerio relata que 400 años antes de la Era Cristiana, en Egipto y Caldea se

entallaban amuletos con signos, así también, en la cultura persa y asiria se grabaron en escritura cuneiforme y jeroglífica tablas de cerámicas y ladrillos esmaltados.

La estampa, como recuerda Tissandier (1875), nace en la dinastía mongola de Yuen, en China del siglo XII; en donde se imprimían periódicos a través del grabado y ya se conocía xilografía o grabado en madera. No obstante, el Ministerio de Educación de la Nación (1955) citan: “las gráficas artísticas tuvieron su cuna en la cultura de los pueblos europeos” (p. 9); según Furió (2014) en occidente los primeros grabados se hicieron sobre madera alrededor del 1400 y, por tanto, el grabado antiguo abarcó las obras que pertenecieron al siglo XV hasta llegar a las estampas creadas por Goya a mediados del siglo XIX, en la época moderna.

En el sistema simbólico cultural del Renacimiento, la obra de arte adquirió un valor distinto al hedonístico y al económico. A juicio de María Belén Ruiz (2018), es durante este período histórico cuando la sociedad reconsidera al artista como un profesional especializado y, según Carlos Ponzio (2015), “el estatus del artista visual entró en una trayectoria de esplendor hasta entonces desconocida: nació el concepto de los grandes maestros [...]” (p. 246). En la opinión de Gilles Lipovetsky y Jean Serroy (2015), el Renacimiento rehabilitó y reivindicó la estética y la existencia autónoma del arte, “con el advenimiento del artista separado de la condición de artesano, con la idea del poder creador del artista-genio que firma sus obras [...] , con obras destinadas a complacer a un público adinerado e instruido” (p. 14), y no solamente a condescender los gustos de la Iglesia; porque, conforme a estos autores, hasta finales de la Edad Media la religión dictaminó en todos los aspectos las convenciones estéticas y la organización social.

En palabras del Ministerio de Educación de la Nación (1955) de Argentina, por una coincidencia singular “sólo un intervalo de dos años separa la primera estampa de Finiguerra de la imprenta de caracteres móviles que Gutenberg instalada en Maguncia en 1454” (p. 10); el grabado de “talla dulce” y su estampación se atribuye al alemán Martín Schoen de Baviera y al italiano Tomaso Finiguerra que obtuvo en 1452 la primera prueba en papel de la estampación en Europa. Como expresa este

ministerio “los dos inventos [grabado e imprenta] se simultanearon [sic] para vivir aunados en las páginas del libro, primordialmente instrumento de la inteligencia y de la cultura” (p. 10).

Sobre lo anterior, Hernández y Arias (2017) declaran: “los libros comenzaron a imprimirse a una velocidad nunca antes vista hasta ese momento; [...] surgía la necesidad de ilustrarlos a la misma velocidad y con imágenes idénticas” (p. 71); lo que fraguó una dupla entre imprenta y grabado que duró los siguientes 400 años.

No obstante, el grabado no fue exclusivo del gremio de los libreros; Marta Fajardo de Rueda (2014) manifiesta que algunos creadores recurrieron a este para imprimir en efecto espejo los trazos directamente al lienzo. Sin embargo, de acuerdo con Fabiola Ubani García (2015), pocos artistas supieron aplicar los recursos del grabado calcográfico a la creación de obras con fuerza expresiva y estética suficiente como para estar a la altura de una pintura o escultura; “Durero, Rembrandt, Piranesi y Goya —por orden cronológico— representan los escasos artistas que, para Ubani, realizaron obras de carácter original a partir de los recursos del grabado calcográfico antes de la llegada de la fotografía” (p. 32). Así también, Furió (2014) destaca los nombres de los artistas Andrea Mantegna y Martin Schongauer, los cuales formaron parte de la primera época de esplendor del arte gráfico en el siglo XVI.

A partir del siglo XVI, concorde a lo enunciado por Monserrat Gali Boadella (2015), el grabado en cobre empezó a generalizarse en Europa, lo que supuso una mayor especialización, pericia y arte; según la autora, los talleres de los jesuitas en Amberes fueron el centro de producción más importante de estampa en Europa que distribuía esta nueva forma. Otros entornos materiales, que surgieron durante el grabado antiguo, son algunos de los mencionados por el Ministerio de Educación de la Nación (1955) de Argentina: el grabado en humo surgida en el siglo XVII, e introducida en el año de 1645 desde Holanda a Inglaterra; el grabado en aguatinta creado en 1660 por el pintor Le Prince y popularizada por Goya; el grabado a color que fue introducido por el francés Jean Cristophe Leblond en el siglo XVIII. Arturo

Aguilar Ochoa (2012) añade a esta lista la litografía desarrollada en el movimiento literario y artístico del romanticismo; cuya técnica de estampación en piedra fue inventada por Alois de Senefelder en 1798, y se caracterizó por el invento de la máquina de vapor.

El grabado en América, el caso particular de México

Para relatar los antecedentes del grabado en México es preciso ubicar el arribo de la primera imprenta en América. En este sentido de acuerdo con María Estela Muñoz Espinosa, Fermín Ali Cruz Muñoz y Alejandro Ali Cruz Muñoz (2015) el italiano Giovanni Paoli, mejor conocido como Juan Pablos, se estableció como el primer impresor de la Nueva España al fundar la Casa de Juan Cromber en 1539; los impresos que salieron de este lugar fueron destinados a la cristianización de los indios y para la lectura en los conventos, entro otros grupos sociales, por lo que, se trataban de libros y folletos religiosos con un mercado reducido, dado que, “la mayoría de la población no sabía leer y ni siquiera hablaba el español” (p. 116).

Conforme a estos autores, “la Nueva España fue el principal productor de libros y diversos tipos de impresos, y desde mediados del siglo XVI se establecieron varios talleres familiares” (p. 117), consagrados no solo a las temáticas sacras, sino también al abordaje de la jurídica, la botánica y la medicina.

No obstante, como narra Gali (2015) poco se sabe sobre el grabado de la Colonia y sus fuentes iconográficas, formas de distribución y comercialización, o acerca del público y los usos que les daban a estas impresiones. “La mayoría de las estampas de entre los siglos XVII y XIX [...] son de tema religioso”, conforme deduce la autora, esto sucedió porque el carácter sagrado que las estampas poseían “las preservó de la destrucción [de la Santa Inquisición], en tanto que las de tema profano fueron casi sin excepción desechadas, destruidas o reutilizadas” (p. 183). “Todo parece indicar que en los primeros años del siglo XIX la tradición colonial del grabado [languideció], hasta que la abolición de los gremios en 1814 le aplicó el golpe de gracia” (p. 189).

Concorde con María Cristina García Cepeda, (2018) “Los acontecimientos sociales, políticos y culturales que marcaron el devenir del siglo XIX mexicano son fundamentales para comprender nuestra identidad como nación y como sociedad”, esta centuria favoreció el auge de la litografía, “la creación de casas editoriales y la modernización de las imprentas [que] repercutió en el orden cultural y favoreció un esplendor en el campo de las artes gráficas, en el que participaron reconocidos artistas” (p. 5). Gali (2015) alude que los primeros talleres litográficos fueron instalados por extranjeros a partir de 1826, como el caso de Claudio Linati de Prévost quién, desde el análisis de Alma Barbosa Sánchez (2015), fue quien introdujo la técnica litográfica a la Academia de San Carlos y además de ello, se convirtió en el primer grabador en realizar una obra con una temática destinada a dar a conocer las costumbres de México; Según esta autora: “la lenta estabilización del país, [...], pero con una vida artística bastante intensa, permitió la proliferación de talleres”, no solo de la litografía, “sino que a partir de mitad del siglo XIX renació el grabado en metal, gracias a la presencia de maestros ingleses en la Academia de San Carlos” (p. 189).

De tal forma que, según Barbosa (2015) “la antigua Academia de San Carlos constituye el epicentro de la tradición, producción y cultura de la stampa artística mexicana” ya que, “su génesis [estuvo] signada por la enseñanza y difusión de las técnicas del grabado gráfico” (p. 5); espacio que, de acuerdo a esta autora, se fundó en el año de 1781 por el grabador español Jerónimo Antonio Gil, al lado de otros fundadores que también instituyeron la Escuela de Grabado de la Casa de Moneda. Esta academia, a decir de Barbosa, fue influenciada por la cultura colonial y por sus principios de regulación y organización de las prácticas de representación artística; además de que, se caracterizó por su dependencia a los cánones artísticos europeos, por lo que, sus nociones sancionaron toda iniciativa de expresión plástica gestada en el contexto nacional.

Los artistas viajeros, a juzgar por Barbosa (2015), desafiaron al régimen académico de la representación visual decimonónica y legitimaron la percepción artística de la

identidad y costumbrismo nacionales. Pérez Salas y María Esther (2005, en Barbosa, 2015) internalizan que estos extranjeros “cumplieron la función de descubrir el país a los propios mexicanos que se reconocieron en su heterogeneidad étnica, regional, cultural y costumbrista, así como dentro de sus agudos contrastes sociales y económicos”, aquello que, “para la mayor parte del Viejo Continente, había permanecido oculto durante 300 años de dominación española” (p. 10).

En palabras de Barbosa (2015): “cuando los artistas nacionales se orientaron a la representación del costumbrismo nacional fue resultado de la influencia de los artistas viajeros y extranjeros” (p. 13), por lo que, los artistas nacionales se limitaron a copiar las obras de los foráneos, aunque, después desarrollarían composiciones originales para describir el acontecer social y cultural de la época a través del retrato, la cartografía, el paisaje y las escenas cotidianas. A juicio de esta autora: “La ortodoxia del *habitus* artístico decimonónico determinó las características no sólo de la producción gráfica, también de la formación de los artistas mexicanos, esto es, la construcción histórica cultural del artista que tiende a producir determinadas obras y no otras” (p. 13). Ejemplos del siglo XIX listados por Barbosa fueron los trabajos de: Hesiquia Valdez, Miguel Portillo, Elisa Riveroll, Carlota Camacho, Ignacio Ramírez, Luis G. Campa, Eusebio Lezama y Emiliano Valadez; todos alumnos de la Academia de San Carlos.

En la perspectiva de Claudia Marcela Rodríguez Pérez (2008): a “finales del siglo XIX y principios del siglo XX en México hubo un desarrollo científico y tecnológico [... que influyó en] las diferentes manifestaciones artísticas [que se enriquecieron] con el desarrollo de la fotografía, el cine, la radio” (p. 31); los cuales, junto al grabado y diversas formas de impresión, en el criterio de Rodríguez, fueron medios masivos de comunicación en ese siglo.

Con el correr del siglo decimonónico en Europa la fotografía reemplazó al grabado en su labor de ilustrar libros, sin embargo, Hernández y Arias (2017) escriben que a medida que el grabado era pasado a un segundo plano en la ilustración, los artistas mostraron interés en él y a mediados del siglo XIX un grupo de artífices de

origen francés, *los pintores grabadores*, aceptaron al “grabado como una nueva estética y como una ruptura con el pasado. No obstante, [...], siempre hubo grabadores que lo utilizaron para su expresión artística y los dos mejores ejemplos son Rembrandt (1606-1669) y Goya (1746-1828)” (p. 71). Cabe señalar que la fotografía, concorde a Barbosa (2015), vinculada con la estampa dio paso a otras técnicas como la fotolitografía en 1855 y el *cliché-verre*.

Otra de las características de este período, como relata Mariano Gallego (2007), fue que el pueblo mexicano comenzó a construir una identidad que era definida por la lucha contra las clases hegemónicas y “en relación al lugar ocupado dentro de las relaciones de producción, así como las representaciones que construye de sí mismo y que lo llevarán a diferenciarse claramente de la cultura dominante” (p. 16).

En la cita de Hugo Covantes (1982): “Uno de los frentes donde habría de librarse la batalla, y objeto mismo del cambio, era la propia Academia de San Carlos, con su enseñanza caduca, sus profesores pasados de época y sus reglamentaciones arbitrarias” (p. 19). La influencia de los cánones europeos en la Academia de San Carlos, según analiza Gallego (2007), relegó al “buen arte” a un grupo reducido de creadores y críticos en su mayoría provenientes de este continente. Lo que provocó que, a juzgar por este autor, que el grabado fuera ocupado principalmente con fines propagandísticos para distribuir de forma masiva, entre el pueblo, estampas religiosas. De esta manera Gallego afirma que las manifestaciones mexicanas desde la conquista hasta la segunda mitad del siglo XIX fueron dominadas por el arte europeo y por la Iglesia.

Posteriormente, como describe Gali (2015), el pueblo mexicano consiguió un momento de emancipación, “el control de la Iglesia se relaja y en algunos casos desaparece por la vigilancia de Gobernación” (p. 192). Esto, conforme a Gallego (2007), por que la reforma a finales de los años cincuenta provocó que la Iglesia perdiera el monopolio de “la interpretación de la vida cotidiana” (p. 30) y, a juicio de Gali (2015), del control de la producción, el cual no era ejercido por ella, sino que era accionado por el mismo Estado.

Sin embargo, de acuerdo con Gallego (2007) con el ascenso de Porfirio Díaz al poder, se intentaron sentar nuevamente los cánones de arte que reproducían las costumbres europeas, un período en el que se intentó borrar el pasado mexicano y en su lugar se creó una historia al estilo de vida europeo, “que solamente representaba a los sectores hegemónicos” (p. 37). Por otro lado, en aquel momento en México el grabado era considerado un oficio y, por tanto, no entraba en los cánones del arte, lo que provocó que varios grabadores fueran reconocidos años después, o que quedaran en el anonimato, por no atender a los gustos de la cultura dominante.

De tal manera que, con arreglo a Sofía Irene Velarde (2007), la nueva función que se le otorgó al grabado desde mediados del siglo XIX y a finales del mismo con el trabajo de autores como Picheta, Manilla y Posada influyó de manera inevitable en la nueva generación de artistas que surgió en el siglo XX; quienes junto a la pintura harían del grabado un arte para el pueblo. Gallego (2007) cita que: “Guadalupe Posada fue uno de estos artistas que comenzaron a independizarse de las temáticas recurrentes de tipo europeo” (p. 33), en su trabajo podía observarse la resistencia del pueblo y su rebeldía contra el régimen de Díaz. Según narra Ricarda Musser (2017), Posada fue encarcelado varias veces a consecuencia de sus representaciones satíricas de políticos influyentes. En cualquier caso, con respecto a lo mencionado por Gallego (2007), a pesar de la hegemonía del gobierno y la Academia, su trabajo fue bastante conocido por sus contemporáneos y circulado entre el pueblo, así como también a través de los recientes medios de comunicación masiva, que se estaban desarrollando en Latinoamérica en la segunda mitad del siglo XIX.

Con Díaz en el poder, como señala Rodríguez (2008) la cultura fue centralizada y la educación quedó regulada por el Estado, lo que provocó cambios de la política cultural de la Academia San Carlos y en consecuencia la contratación del arquitecto porfirista Antonio Rivas Mercado; quien, en el tiempo que duro como director de dicha academia, dio preferencia (al igual que el Estado) a los estudiantes de

arquitectura sobre los estudiantes de las “carreras artísticas” (p. 33), los cuales, no obtenían un título al graduarse a diferencia de los arquitectos.

“Las transformaciones políticas, económicas y sociales del movimiento revolucionario de 1910, desde la postura de Covantes (1982), reanimaron las esperanzas de aquellos artistas que pensaban en una inminente renovación del arte mexicano” (p. 18). Así en 1911, menciona este autor, un grupo de estudiantes declararon huelga en contra de la Academia de San Carlos para pedir un cambio en los sistemas de enseñanza, la destitución de Rivas Mercado y promover un arte nacional no europeizado, que fuera cercano al pueblo; los cabecillas de este movimiento fueron David Alfaro Siqueiros, Romano Guillemín, Ignacio Asúnsolo, Raziel Cabildo y el michoacano Gerardo Murillo [el Dr. Atl], quien se había autonombrado el revolucionario de los artistas mexicanos.

Finalmente, Rodríguez (2008) escribe que, el 19 de abril de 1912 el arquitecto Rivas renunció y un año después, durante la presidencia de Victoriano Huerta, Alfredo Ramos Martínez fue nombrado director de la academia, quien poco después en 1913 fundó la primera Escuela de Pintura al Aire Libre. “La huelga de San Carlos [...], la renuncia de Antonio Rivas Mercado [...] y [...] la primera Escuela de Pintura al Aire Libre [...] dieron la pauta para el inicio de una nueva etapa en el desarrollo del arte nacional” (p. 35). Que continuó, como asume la autora, cuando Venustiano Carranza, en 1914, colocó a Gerardo Murillo al frente de la academia; y prosiguió hasta 1920 cuando Álvaro Obregón, presidente en ese entonces, instauró a José Vasconcelos como rector de la Universidad Nacional de México, lo que “inició un proyecto educativo y artístico de largo alcance, que abarcó a todos los sectores de la población” (p. 37).

México moderno y las vanguardias gráficas

Covantes (1982) narra que, tras la muerte de Posada en 1913 existen escasas referencias “de artistas que hayan realizado hasta el primer lustro de esa década piezas significativas en el grabado” (p. 22). No obstante, el periodo

posrevolucionario como argumenta Barbosa (2015) favoreció las vanguardias gráficas y el renacimiento de la estampa artística con un carácter político, social y testimonial; que reivindicaron, según la autora, el impacto estético y las cualidades de comunicación social de la estampa; a través de textos, manifiestos y autodefiniciones para ilustrar sus postulados estéticos y premisas ideológicas.

También refiere que el resurgimiento de las técnicas de estampación de los años veinte estuvo involucrado por la restitución de las Escuelas de Pintura al Aire Libre (EPAL) por José Vasconcelos (Covantes,1982), igualmente, de acuerdo con Barbosa (2015) a la praxis de otras agrupaciones artísticas, que gestionaron la producción, distribución y consumo del grabado en su tiempo. A juzgar por esta autora, dichos grupos de grabadores fueron el Estridentismo, en 1921; el Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores, Escultores y Grabadores Revolucionarios de México (SOTPEGR), en 1922; los centros Populares de Enseñanza Artística Urbana (CPEAU), en 1927; el ¡30-30!, en 1928; la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR), en 1934 y; el Taller de Gráfica Popular (TGP), en 1937.

Como menciona Barbosa (2015) la Escuela de Pintura al Aire Libre restituida en 1920 y los Centros Populares de Enseñanza Artística Urbana (CPEAU), creados en 1927 para apoyar a la EPAL, involucraron por primera vez a los profesores de la Academia de San Carlos en el desarrollo de la estampa popular, lo que incitó la producción de una iconografía inédita que, “no era resultado de la mano del artesano grabador, describiendo la vida social, sino que era concebida y ejecutada por los mismos actores populares, describiéndose así [*sic*] mismos en su cosmovisión y subjetividad” (p. 26). Los maestros de la EPAL, según Rodríguez (2008), permitía a sus alumnos completa libertad para crear sus obras con la menor influencia posible. Entre los profesores que menciona dicha indagación, se visibilizan los nombres de Fermín Revueltas, Mateo Bolaños, Leopoldo Méndez, Fernando Leal, Ramón Alva de la Canal, Manuel Maples Arce (líder estridentista), Rafael Vera de Córdoba, Francisco Díaz de León y Gabriel Fernández Ledesma.

Estos dos últimos grabadores, cabe destacar, de acuerdo a la autora fueron alumnos de Emilio Amero en la Academia de San Carlos.

No obstante, Barbosa (2015) asegura que existieron artistas como Siqueiros que se pronunciaron por la eliminación de las EPAL al rechazar el reconocimiento artístico de este tipo de estampa popular y sus autores que para él “constituía un mal arte” (p. 32), por el contrario, Diego Rivera y el Dr. Atl fueron de los creadores que apoyaron al EPAL y el CPEAU. Sin embargo, Según Rodríguez (2008), en 1930 se redujeron los fondos de la EPAL, lo que no detuvo a Alfonso Pruneda, director del Departamento de Bellas Artes, quién abrió algunas escuelas de pintura en diversos espacios de la república como “Cuernavaca, Morelia y Taxco” (p. 40), las cuales duraron menos de una década, puesto que, en 1937 cerró la última de ellas en Guerrero. Como argumenta Covantes (1982), los grabados en estas escuelas marcan un punto de partida en el grabado, interrumpido desde la muerte de Posada.

Otro grupo que aportó al grabado de los años veinte fue el Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores, Escultores y Grabadores Revolucionarios de México (SOTPEGRM, 1922), los cuales respecto a Barbosa (2015) a fin de velar por sus derechos laborales y difundir sus posturas políticas y estéticas fundaron el periódico propagandístico *El Machete*, pionero en aportar su imaginario gráfico al arte social mexicano. En palabras de esta autora: “A través de *El machete*, los artistas reivindicaron la tarea emprendida por los artistas populares del siglo XIX, cuando incorporaron la estampa a la prensa revolucionaria, para ilustrar la problemática social y el ideario político de sus autores” (p. 41). Barbosa añade que, muchos de los involucrados en el sindicato y *El Machete* fueron artistas comprometidos con la pintura mural, la Escuela de Pintura al Aire Libre y grabadores entre los que destacan Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, Xavier Guerrero, Fernando Leal, Clemente Orozco y Graciela Amador. Así también la autora menciona que, *El machete* sirvió de inspiración para el muralismo e influyó a generaciones posteriores de artistas gráficos como la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR) y el Taller de Gráfica popular (TGP).

En 1928, de acuerdo con Rodríguez (2008) el asesinato del presidente electo Álvaro Obregón amenazó los proyectos iniciados por José Vasconcelos, como las escuelas de enseñanza libres, esto provocó el surgimiento del grupo de protesta ¡30-30! Como continua Barbosa (2015), el manifiesto de este grupo se oponía a los obsoletos métodos de enseñanza e incompetencia de los profesores de la Academia de San Carlos. A lo señalado por esta autora, el movimiento fue “integrado por treinta artistas plásticos y literatos, entre los cuales se encontraban Francisco Díaz de León, Gabriel Fernández Ledesma, Fernando Leal, Leopoldo Méndez, Fermín Revueltas, Ramón Alva de la Canal, Rafael Vera de Córdoba, entre otros” (p. 34), todos ellos docentes provenientes de las aulas de la EPAL y el CPEAU.

Desde el punto de vista de Rodríguez (2008) el movimiento en su mayoría estaba conformado por artistas que habían participado en la práctica artística Estridentista y por ello, la mayor parte de los grabados de este grupo fueron hechos en madera. Esta corriente, conforme a Barbosa (2015), inició en 1921 y “nació como aspiración a la modernidad en el campo del arte mexicano” (p. 23) con el objetivo de apropiarse del país a través de la intervención artística cosmopolita, por medio de la editorial y los carteles de manifiestos; a decir de esto último, este método de carteles colocados en soportes urbanos también fue empleado por el ¡30-30! para dar a conocer su manifiesto. Como citan Ascensión Hernández Martínez y José Luis Pano Gracia (2002), “el grupo presentó marcados ideales de protesta y acercamientos a las masas, por lo que es considerado un antecedente importante de la Liga de Escritores y Artistas Revolucionario (LEAR).

En el año de 1929, según Covantes (1982), gracias a la iniciativa de Díaz de León la Escuela Central de Artes plásticas creó el taller *Artes del libro, mismo* que en 1930 fue reorganizado e inició una nueva etapa para la estampa mexicana y la vieja Academia de San Carlos. Dicho autor documentó que las clases de grabado se ordenaron en tres talleres: grabado en metal a cargo del grabador michoacano Alvarado Lang; grabado en madera impartido por Díaz de León y; litografía, atendido

por Emilio Amero. Al taller que impartió Amero, se sabe por este autor que asistieron Fernández Ledesma, Francisco Dosamantes, Díaz de León, Alfredo Zalce, Olga Costa y otros más. Más adelante en el tiempo, esta escuela sería centro capital de la enseñanza profesional del grabado, puesto que, en 1938 sería el primer lugar en abrir la carrera de grabadores, [tomando en cuenta que el grabado antes no era visto como una carrera profesional].

La producción de estampa política, como alude Barbosa (2015), se gestó en organizaciones como el Sindicato de Obreros SOTPEGR, la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios (LEAR) y el Taller de Gráfica Popular (TGP). Estas dos últimas, con respecto a Francisco Ulises Plancarte Morales (2008) produjeron obra de impacto social ya que su lenguaje se basaba en mensajes directos sobre la carestía, la riqueza desproporcionada o la educación socialista. El autor antes comentado apunta que, la afiliación a la izquierda que tenían la mayoría de los miembros de LEAR y el TGP les permitió medios accesibles como el linóleo y trabajo al servicio del pueblo con volantes, carteles, periódicos, impresos, etc., así, de acuerdo con Hernández y Pano (2002), el arte social encontró representatividad en la estampa para generar conciencia entre los trabajadores y sus injustas condiciones laborales.

Para Barbosa (2015), LEAR aglutinó un sector de la intelectualidad mexicana que era consecuente con los conflictos internacionales y la política del sexenio de Lázaro Cárdenas. Según el testimonio de Juan de la Cabada, miembro fundador de LEAR, cuando Cárdenas llegó a la presidencia los miembros de LEAR en 1934 publicaron un cartel en el que exigían al Estado la libertad de presos políticos, el respeto a la libertad de expresión, la legalidad en el partido comunista y la reanudación de las relaciones diplomáticas con la Unión Soviética (Gustavo Fierros, 2001, en Plancarte, 2008); demandas a las que Lázaro Cárdenas accedió, porque, como continua Plancarte (2008), el presidente compartía las mismas ideas que Lenin a favor de la paz y en contra del fascismo.

Es Plancarte (2008) quien precisa que al principio la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios se conformó con la iniciativa de siete artistas (Juan de la Cabada, Leopoldo Méndez, Pablo O'Higgins, Macedonia Garza con su esposa Carmen Ojanian Cargoy y Luis Arenal) después el grupo aumento a centenares gracias a sus relaciones cardenistas y a su labor al dar voz y voto a los sectores marginados del país; entre ellos respecto a Hernández y Pano (2002) Gabriel Fernández Ledesma, Erasto Cortes Juárez y Raúl Anguiano. Como menciona Barbosa (2015), "la producción gráfica de la LEAR asumió un discurso testimonial de los conflictos políticos de la época" (p. 43) y su objetivo primordial, de acuerdo con Plancarte (2008) consistió en unificar a los artistas intelectuales y a apoyar a la clase trabajadora para luchar en contra del imperialismo y el fascismo.

LEAR desapareció, según lo expresa Barbosa (2015), a consecuencia de que muchos de sus miembros salieron del país para participar en la guerra civil española, por lo que, algunos artistas que quedaron en el país fundaron un nuevo centro colectivo de trabajo. Hernández y Pano (2002) documentan que los integrantes de la Sección de Artes Plástica de LEAR Leopoldo Méndez, Pablo O'Higgins y Luis Arenal convinieron en crear un grupo en vista de que la liga había adquirido un carácter oportunista y burocrático, así en 1937 surgió el Taller de Gráfica Popular.

Además de los creadores de LEAR, de acuerdo a Barbosa (2015), a la causa del Taller de Gráfica Popular se unieron varios maestros de las Escuelas de Pintura al Aire Libre y los Centros Populares de Enseñanza Artística Urbana, e igual según Velarde (2007), una gran parte de los artistas de la Escuela Mexicana de Pintura, participaron en el TGP para plantear los objetivos de hacer gráfica para el pueblo y poner el arte a disposición de las clases más desprotegidas, así como, para difundir distintas etapas históricas del país y divulgar los grandes acontecimientos mundiales de la época. El TGP tenía, en palabras de Plancarte (2008), "la convicción de ser los narradores gráficos populares del momento, de ser los artistas

comprometidos a imagen y semejanza de José Guadalupe Posada logrando así una identificación con el pueblo” (p. 269).

Como interpreta Barbosa (2015), para garantizar la libertad de expresión de su producción gráfica el TGP decidió autofinanciarse mediante la aportación de una cuota monetaria. Esta autora también comenta que el TGP fue pionero en asumir una conciencia como comunidad gráfica al “adoptar una lógica inédita en la praxis artística: la identidad colectiva en el arte, esto es la producción y autoría colectiva de las estampas, en función de principios ideológicos”, así al firmar todas sus obras con las siglas TGP, los creadores subordinaron “su identidad artística individual a favor de la identidad colectiva en el arte” (p. 44). Sobre lo anterior Velarde (2007) argumenta que en este contexto de la fundación del Taller de Gráfica Popular surgió hacia finales de la tercera década del siglo XX el *Renacimiento de la Estampa Mexicana*.

Otros hechos sobre la gráfica mexicana a tomar en cuenta, tal como lo refiere Covantes (1982), es la creación del Instituto Nacional de Bellas Artes [antes Academia de San Carlos], el 31 de diciembre de 1946, por decreto del gobierno de Miguel Alemán; la fundación de la Sociedad Mexicana de Grabadores en 1947, gestada por Abelardo Ávila, Angelina Beloff, Erasto Cortés Juárez, Feliciano Peña, Vita Castro, Esperanza de Cervantes, Manuel Echauri, Pedro Castelar, Fernando Castro Pacheco, Isidoro Ocampo, Lola Cueto, Amador Lugo, [y los grabadores michoacanos] Ángel Zamarripa y Alvarado Lang; y finalmente, la creación de la Sociedad para el Impulso de las Artes Plásticas en la que Alvarado Lang, Manuel Echauri, Amador Lugo, Ángel Bracho, Francisco Dosamantes, Xavier Guerrero, Pablo O’Higgins y Fanny Rabel, entre otros, fueron fundadores.

Según Barbosa (2015), en los años sesenta dos circunstancias contribuyeron para renovar la estampa en México, por un lado, el movimiento de la Ruptura “que enarbó su adhesión a los lenguajes del arte internacional” y; por el otro lado, la asistencia de artistas mexicanos a talleres impartidos en Europa y Estados Unidos, los casos de Francisco Toledo, Rodolfo Nieto, José Luis Cuevas, Rufino Tamayo,

Susana Campos, Alberto Gironella, Juan Soriano, Pedro y Rafael Coronel, Luis López Loza, Raúl Anguiano, entre otros. “De esta manera, los artistas mexicanos se involucraron en la ejecución de las técnicas gráficas y en la experimentación de lenguajes gráficos que planteaban las tendencias internacionales” (p. 56) como la aplicación de color a las estampas.

En la cita de Barbosa (2015), “a estos antecedentes se sumó el renovado impulso en la producción de la gráfica nacional, a través de la actividad de varios talleres, como el de la Escuela de Diseño y Artesanías (INBA)” (p. 56); el Taller de Grabado de Fray Servando; el taller de grabado en La Esmeralda; el Taller Libre de Grabado de Mario Reyes; el Centro Experimental de Arte Gráfico; el taller del Grupo Ballester; el Taller de Gráfica Mexicana y; el Taller de Grabado del Molino de Santo Domingo.

Cabe discutir el papel que jugó la estampa y el grabado mexicano durante el movimiento estudiantil del 68. Plancarte (2008) registra que la producción gráfica de ese contexto era de carácter testimonial, urbano y popular; se gestaba para ayudar a las necesidades del estudiantado y los comités de huelga, por medio de brigadas de producción establecidas principalmente en la Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP), la Escuela de Pintura y Escultura (La Esmeralda) y otros grupos independientes. En la perspectiva de este autor, poco se sabe de los autores de las piezas, ya que en su mayoría eran impresas como colectivo.

Michoacán de Ocampo, cuna de grabadores

El grabado michoacano se concibe antes del período de la colonia, ejemplos de estas manifestaciones artísticas son los petrograbados del sitio Las Pintadas en Lombardía y del cerro Curutarán en Jacona; los grabados rupestres en Cojumatlán; y otros hallazgos en las zonas arqueológicas de Cojumatlán, Tomatlán, Buenavista, La piedad y Zacapu, conforme documenta Efraín Cárdenas García (2004). Así también, cabe agregar los petrograbados encontrados en las Yacatas de Tzintzuntzan. Este autor apunta que este tipo de manifestaciones se ubican en el

periodo clásico, entre el 900 o el 1000 d. C. y su propósito está relacionado con la representación de la vida cotidiana y los rituales del pueblo.

En cambio, los inicios de la estampa apelan a la relación de antaño que tiene el grabado con la imprenta. Respecto a Adriana Pineda (2019), el grabado se estableció en Valladolid de Michoacán hasta la segunda década del siglo XIX, mucho tiempo después a comparación de otras regiones donde la imprenta había sido iniciada en la época colonial; su función en ese entonces competía a la tipografía y a la prensa, por lo que, adquirió un papel importante en el movimiento insurgente para la difusión de ideas políticas a través de volantes y periódicos.

Porfirio Díaz, a lo investigado por Alejandro Mercado Villalobos (2015) apoyó en varios aspectos a los programas de educación del país, ejemplo de ello fue la apertura en 1885 de la Escuela de Artes y oficios en Morelia, Michoacán, el cual, inició sus funciones con los talleres de herrería, carpintería, hojalatería y encuadernación, en conjunto con clases de escuela primaria y dibujo; posteriormente, en ese mismo año se incluyeron los estudios sobre imprenta y fotografía. En 1892 según narra este autor, la Escuela de Artes y oficios se transformó en la Escuela Industrial Porfirio Díaz, por lo que, el programa se ajustó para la preparación de carácter militar y se anexó los talleres de zapatería, fundición, carrocería, litografía y tipografía. “En general, la escuela fue creciendo año con año, aumentando sus talleres de vez en cuando. Para 1904, se contaban con los nuevos espacios para la enseñanza del fotograbado” (p. 118).

No se puede precisar si los talleres de grabado de las instituciones académicas o la iniciativa privada, que con el tiempo se fueron abriendo en Michoacán, son los autores de la expansión de esta práctica artística en el Estado. En general, la historia del grabado en México se desarrolló en un andamiaje de varios eventos de diverso carácter, como los proyectos del presidente michoacano Lázaro Cárdenas del Río o de José Vasconcelos. No obstante, se conoce gracias a Salvador Jiménez (2013), Sergio Ramos Chávez (2013), y Marco Antonio López Prado (2021) que la

promoción del grabado en Uruapan y Michoacán durante el siglo XX corrió a cargo de la iniciativa del artista Alfredo Zalce.

Desde el punto de vista de López Prado (2021) en Michoacán no había una tradición del grabado hasta 1949 cuando, a petición del general Lázaro Cárdenas, el maestro Alfredo Zalce llegó a Uruapan. Esto ocurrió porque Cárdenas le pidió que se ocupara del Taller de Artes Plásticas como un acto más de las Misiones culturales que el presidente estaba llevando a cabo, sin embargo, un año después de esto se retiró a Morelia (Ramos, 2013) ante, en palabras de López Prado, (2021), “la poca respuesta que tuvo de las autoridades” (s.p.), dónde ocupó el cargo de director de la Escuela Popular de Bellas Artes [EPBA] y, a la par, fundó la Escuela de Pintura y Artesanías en la capital del Estado, empero, por problemas políticos se retiró de la Escuela y pasó a crear un taller particular en su casa donde recibía alumnos.

Los talleres que creó en Morelia [son mencionados la litografía y linóleo] los comienza con sus propias máquinas y “a partir de ahí desarrolla todo un trabajo y hay un auge en la gráfica en Morelia” (s.p.) en el que participaron personas de algunas partes de Pátzcuaro y Uruapan; estos talleres respondían a las preocupaciones del Taller de Gráfica Popular y, por tanto, la lucha social y el apoyo a campesinos, obreros y sindicatos en Michoacán fueron temáticas abordadas en la impresión de carteles grabados, colectiva o individualmente, que nacieron a la sombra de Zalce (López Prado, 2021).

Sobre la vida y obra de Alfredo Zalce Torres (1908-2003, Pátzcuaro), como informa Velarde (2007), inició sus estudios en las artes plásticas a la edad de 16 años en la Academia de San Carlos y tuvo como maestros a Mateo Saldaña, Germán Gedovius y Diego Rivera; y posteriormente, según Barbosa (2015), estudió con Emilio Luis Amero [mejor conocido como Amero] en su taller de litografía. De acuerdo con esta autora, en 1930 fundó en Taxco la Escuela de Pintura y escultura. Así también, según Ramos (2013) “fue uno de los miembros más productivos dentro del Taller de Gráfica Popular” (p. 130), e igual, formó parte, desde sus inicios, de la Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios.

A su regreso a Michoacán en el 49, Zalce fue acompañado por Manuel Pérez Coronado también apodado MAPECO, alumno suyo en la Academia de San Carlos quien fungió como su ayudante y miembro de su equipo de trabajo (López Prado, 2021). Héctor Ceballos Garibay (2014) manifiesta que por muchos años ambos michoacanos educaron a los sectores marginados de la provincia con “las potencialidades del grabado como un medio idóneo para la más amplia y rápida difusión” “del oficio plástico con las causas políticas favorables a la justicia, la libertad y la igualdad social”, “a través de periódicos, folletos, [y] carpetas” (p. 77); a decir de los grabados de Pérez Coronado, su obra representa la tradición del Taller de Gráfica Popular manifestada en la estampa popular y la caricatura social y política.

Con base a lo mencionado por Ceballos (2014), de 1954 a 1960 Mapeco abrió y dirigió el Taller-Escuela de Gráfica y Pintura Don Lupe Posada en su natal Uruapan y posteriormente inauguró en la ciudad la Escuela de Artes Plásticas, Diseño y Artesanías; espacio en la actualidad que se mantiene salvo y añade a su nombre el del artista. Así también, conforme a lo citado por este autor “las Escuelas-Taller de Tabasco y Pátzcuaro forman parte de sus últimas gestiones como incansable creador de centros educativos” (p. 78).

Respecto a Ceballos (2014), Rosalía Ruiz Ávalos (2020, en Pérez, 2020a) y López Prado (2021) de la Escuela MAPECO salió otro de los grandes del grabado michoacano: Efraín Hiram Vargas Mata. Con base a lo enunciado por Ruiz (2020, en Pérez, 2020a) Efraín Vargas (1935, Uruapan) regresó de la ciudad de México a vivir con su familia a Uruapan cuando tenía 15 años y se inscribió al taller del MAPECO donde se interesó de manera formal por la pintura y el grabado; fue a raíz de la amistad que mantuvo con Coronado que se integró a los movimientos sociales de su ciudad natal y razón, por la cual, a la larga se mudó a la ciudad de Morelia para continuar con su labor como grabador, tras la persecución del gobierno de la que fue presa. Ruiz cita que “durante la efervescencia social derivada de los movimientos estudiantiles de 1963, Efraín [...] participó] activamente con sus trabajos

gráficos y eso lo [volvió] a poner en los ojos de la ley” (párr. 7), así, “su ímpetu de activista político lo llevo a la caricatura” (párr. 10) y se convirtió en periodista, por lo que, trabajó para el diario de La Voz de Michoacán antes de su muerte en 1987.

Aunque Efraín Vargas dibujaba y pintaba, a lo señalado por López Prado (2021), él hizo del grabado su vocación, sobre todo hacía mucha xilografía, en este sentido, una vez que el maestro Zalce salió de la Escuela de Bellas Artes, él fue uno de los creadores que mantuvo la tradición de la gráfica en Michoacán hasta el día de su deceso.

Según López Prado (2021) cuando Zalce se retiró de Bellas Artes en Michoacán se observó un “decaimiento completo de la gráfica [...] un periodo muy largo de tiempo donde realmente la gráfica no se hace, salvo casos muy esporádicos” (s.p.). No obstante, tras la fundación del CEDART [Centro de Educación Artística, plantel Miguel Bernal Jiménez] en 1976¹ y la inclusión de la licenciatura de artes visuales en Facultad Popular de Bellas Artes, de acuerdo con López, empieza a haber un auge otra vez en la gráfica en Michoacán; alza que fue beneficiada de manera oficial con la creación a finales de los 90’s de la primer Bienal de Pintura y Grabado Alfredo Zalce², y el Encuentro Estatal de Pintura y Estampa Efraín Vargas³.

A estos esfuerzos se sumaron, también, la apertura del taller de grabado de Tierra Colorada en 1997 por el maestro Marco Antonio López Prado que, a causa de los altos costos de los materiales y el poco apoyo de las autoridades michoacanas, dejó de abrirse al público y se mantuvo como un taller particular (López Prado, 2021).

Según observa López Prado (2021), en la actualidad varios “muchachos” han formado un taller, aun considerando las dificultades y el costo que conlleva esto, lo

¹El CEDART Morelia inicia sus actividades el 25 de Agosto de 1976. En [Facebook.com/cedartmoreliaoficial](https://www.facebook.com/cedartmoreliaoficial)

² 1997 de acuerdo a varios currículos de artistas en *google*.

³ Según el CV de Jair Leal la segunda edición del concurso se celebró en 1998 (en <https://inedidad.com/wp-content/uploads/2020/10/Curr%C3%ADculum-Art%C3%ADstico-Jair-Leal.pdf>). En tanto que el currículo de Memo García anuncia este concurso en 1999 (en <https://memogarcia.artelista.com/>). No se localizó un dato con la fecha de la primera emisión del Encuentro Estatal de Pintura y Estampa Efraín Vargas.

que los ha llevado a “diversificar su trabajo a través del enmarcado de algunas impresiones comerciales” para mantener abiertos sus espacios “con muchas dificultades” (s.p.); por lo demás, el autor advierte que hace falta mucho apoyo para los grabadores por parte de las autoridades de Gobierno.

Es un hecho documentado la participación de los grabadores michoacanos en la gráfica mexicana, aunque no siempre los datos a disposición hagan justicia por igual para todos los nombres que construyeron al grabado en el Estado. De algunos artistas, además de los ya mencionados, se conoce más información como el caso de Carlos Alvarado Lang (Piedad de Cabadas), Adolfo Mexiac (Cuto de la Esperanza) y Jesús Escobedo (Dos Estrellas).

Sobre el grabador Carlos Alvarado Lang (1905-1961) para la Revista Proceso (1998) él encarna la continuidad académica de las técnicas tradicionales en pleno auge de la nueva estampa cultivada en el Taller de Gráfica Popular de los años treinta. Covantes (1982) registra que Lang fue director en 1944 en la vieja Academia de San Carlos durante dos períodos académicos y según Barbosa (2015) en sus talleres aportó (1938) el efecto de plástico a la técnica del grabado *mezzotinta* y experimentó con planchas de vidrio en 1953-1954, además fue un ávido coleccionista de estampas, expositor en el colectivo LEAR y padre del grabador michoacano Alejandro Alvarado Carreño.

Otro grabador michoacano notable fue Adolfo Mejía Calderón, popular entre sus colegas como Adolfo Mexiac (1927-2019). Por los datos de la colección del Museo Blainsten (s.f.) se sabe que el artista estudió pintura en la Escuela Nacional de Artes de Morelia de 1944 a 1946; posteriormente se preparó, los siguientes cinco años, en la Academia de San Carlos, al final de esto, entró a prepararse a la Academia de Arte y a la Escuela de Artes del libro; en donde, conforme a lo dicho por Velarde (2007), Mexiac fue alumno de José Chávez Morado, Leopoldo Méndez y Pablo O'Higgins. Esta autora agrega que, el creador participo de 1950 a 1960 en el Taller de Gráfica Popular.

En el TGP también estuvo involucrado otro de los grabadores recocidos del estado de Michoacán, Jesús Escobedo. Velarde (2007) asevera que este grabador se integró a la Escuela de Pintura al Aire Libre a la edad de 10 años en el año de 1928 y que en 1945 recibió la beca *Guggenheim* para trabajar en la ciudad de Nueva York; además también participó en Liga de Escritores y Artistas Revolucionarios. Respecto a Barbosa (2015) fue uno de los alumnos más destacados del taller de Alvarado Lang en San Carlos.

Técnicas del grabado y la estampa, un paréntesis entre las vanguardias y el cambio de siglo

De acuerdo a lo que plantea Barbosa (2015) en el país “actualmente, la utilización de diversos recursos tecnológicos se ha legitimado dentro de la producción gráfica” (p. 67); ya en los años 70’s los concursos internacionales y nacionales advertían cambios en los procesos con nuevas técnicas que incluían a la serigrafía, los impresos en *offset*, las heliografías y los mimeograbados. En ese sentido, dicha autora intuye que el grabado y la estampa tradicional en México aporta una pluralidad de tendencias plásticas a través de “talleres académicos, institucionales, de artistas [...] con fines comerciales” (p. 67).

En el criterio de María del Mar Bernal (2013) las técnicas del grabado son: grabado en relieve que corresponden al linóleo y la xilografía; el grabado en hueco directo que se refieren a él buril, la punta seca y la manera negra (*mezzotinto*); el hueco indirecto producido a partir de baños de la plancha en barnices o ácidos como el agua fuerte, el aguainta, y el fotograbado; los grabados en color a partir del gofrado, el camafeo y el monotipo; y las técnicas experimentales que incluyen el *collagraph*, el carborundo y los grabados tridimensionales. Además, esta autora suma a estas clasificaciones la tipología de la estampa en donde distingue la estampación: en relieve, en hueco y las técnicas planográficas como la serigrafía, la litografía, el *offset* y el estarcido (*stencil*); así como el sincretismo con otras prácticas artísticas como la instalación, el *collage*, el performance, el libro de artista y la animación.

Bernal (2013) observa que “no es la primera vez que este sector hereda los importantes avances técnicos del mundo industrial y los aplica creativamente” (p. 14), al igual como sucedió con la litografía, la estampación digital u otros medios. En acuerdo a lo planteado por Lila Insúa Lintridis (2003) a medida que las tecnologías quedaban obsoletas “el grabado las adoptaba para utilizarlas como herramientas de comunicación y expresión” (p. 11). Por tanto, “el grabador conoce bien las posibilidades plásticas de estas revoluciones que, debidamente administradas, se convierten con el tiempo en ambiciosos proyectos culturales” (Bernal, 2013, p. 14). “A partir de estos antecedentes, se gestó la gráfica digital mediante los recursos computacionales, constituyendo un género plenamente reconocido” (Barbosa, 2015, p. 67).

Una estampa digital como define José Alcalá (1997) es una “imagen múltiple y reproducible surgida de una matriz, ya sea real (como la plancha de grabado o el negativo fotográfico), o virtual, como la que se genera en el ordenador y que carece de soporte físico” (en Insúa, 2003, p. 13). Descripción que en la visión de Bernal (2013) no debe confundirse con la simple digitalización de la estampa tradicional, puesto que la primera integra los modos clásicos de estampación con nuevas imágenes a las que manipula y combina.

Al respecto de esta práctica artística, Bernal (2013) identifica que las galerías e instituciones mantienen tres posturas: coleccionar estampas exclusivamente digitales; recopilar técnicas híbridas que combinan los medios computacionales con los tradicionales; o “defender el status [sic] del grabado artesanal”, aunque, “unos años de convivencia decantarán esta inevitable evolución” (p. 205) hacia las tecnologías relacionadas con las computadoras y el Internet. Conforme reflexiona José Luis Brea (2009) en las prácticas artísticas contemporáneas la producción del objeto físico decrecerá frente a la experiencia artística que es generadora de criterio y conocimiento, y junto a ello, faltara la necesidad de poseer el bien material.

El grabado mexicano detrás del *te*/os del siglo XXI

El arte conceptual de los años 60's y 70's, junto a la evolución de los medios de comunicación y el procesamiento de la información son el comienzo de un debate entre artistas y las nuevas tecnologías; un discurso sobre “el entendimiento de las cualidades esenciales del trabajo artístico a nivel filosófico, [...] la extensión de los cambios de rol del artista en la sociedad y [...] el desarrollo de una estética que incorpore las herramientas de comunicaciones electrónicas” (Insúa, 2003, p. 12). En complemento, Juan Martín Prada (2012) enfatiza que en la discusión entran intereses propios de las dinámicas sociales de las nuevas plataformas y servicios de la *web*, además del provecho ya mencionado, sobre su uso en los procesos de producción y creatividad. Así, de acuerdo con María Dolores Dopico (2003), “la capacidad innovadora de esta plataforma de carácter abierto [...] puede dar lugar a nuevas aplicaciones, nuevas formas culturales, y nuevos sistemas de distribución económica y de poder” (p. 83).

Por tal motivo, las investigaciones que indagan respecto al arte en aras de las tecnologías de la información y la comunicación, así como del Internet se vinculan con los procesos de legitimación de la obra digital y del *net art*, es decir, las anteriores como herramientas para la producción. No obstante, la inclinación de esta tesis es la de abordar otro aspecto detonado a partir de este contexto, relacionado con las transformaciones del artista, las dinámicas sociales en red a través de estos medios y sus usos para las prácticas del proceso creativo y la comercialización.

Desde el enfoque de Bernal (2013), Internet ha promovido la difusión de la gráfica y la puesta en común de experiencias individuales “inseparable de las nuevas generaciones de grabadores” (p. 15), por tanto, el artista “debe acostumbrarse a desenvolverse con autonomía [...] tener la suficiente flexibilidad para adaptarse a un área en continuo cambio [...]. La categoría de belleza ya no es única y convive con una alta dosis de capacidad transformadora” (p. 28); así, el desafío del grabador en el uso de estas tecnologías cae en la innovación y construcción del conocimiento que satisfaga las necesidades de la sociedad.

En la opinión de Prada (2012), a este encaro con Internet y las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) se agregan procesos de normalización y modulación en el intercambio de la información que promueve transformaciones; sin embargo, dichos aspectos no son algo impuesto por las nuevas redes informáticas, sino que también fueron característicos de medios predecesores como la televisión. Según Bernal (2013) el artista que usa la red requiere esfuerzo, tiempo y capacidad “para mostrar la información sobre los diversos aspectos del grabado [...]. Se trata de depurar ese exceso técnico gestionando bien el equilibrio entre el conocimiento y su práctica, entre lo lúdico y lo profesional, entre lo decorativo y lo artístico” (p. 17).

Dopico (2003) analiza que los proyectos artísticos en la red surgen de la intersección de informática, la telemática y el arte para aprovechar el potencial de difusión que el Internet posee para acercarse al público desde una perspectiva divulgativa. En palabras de Boris Groys (2016), “Internet permite que el autor o autora hagan su trabajo accesible a casi todo el mundo y crea, al mismo tiempo, un archivo personal de este trabajo” (p. 202). Pese a ello, con arreglo a este autor:

el verdadero problema con Internet no se relaciona con el hecho de que sea un lugar de distribución y exhibición del arte, sino con que sea un lugar de trabajo. Bajo el régimen institucional y tradicional, el arte se producía en un lugar -el atelier del artista, [...]- y se mostraba en otro -el museo, la galería, [...]. El surgimiento de Internet eliminó esta diferencia entre producción y exhibición del arte. (p. 203)

Por lo anterior, Groys (2016) observa que el arte en Internet está frente a una problemática del diseño de la información y no sobre el rol estético que la creación desempeña, es decir, frente a la presentación de un proceso que es parte de la vida del autor y tiene lugar en lo real y el mundo *offline*. Concorde a este investigador, en plataformas de exhibición tradicionales como los museos o las galerías el espectador lograba olvidarse del marco material que representaban las salas o la institución para quedar inmerso en la observación de la pieza artística; por el

contrario, Internet no logra ocultar dicho marco material dado que el usuario no puede obviarlo porque lo ha creado a través de los clics, las búsquedas y la interactividad en general con el computador, el *iPad* o el teléfono celular. “El marco -y la operación de producirlo- se vuelven algo explícito, algo que se mantiene así en la experiencia de contemplación” (p. 198), en otras palabras, no solo se exhibe la obra sino otra información que le acompaña como la biografía, otros trabajos, sus actividades políticas, así como detalles de la vida privada del artista.

Desde esta perspectiva, las y los grabadores llevan a cabo funciones que van más allá de la acción de *colgar* su trabajo en Internet, sino que incluye la producción de información y la creación de un mensaje que circulara a través de la red, que es en sí mismo la práctica artística, la obra y el artista. En este sentido, el rol del grabador se conjuga como creador y productor.

Así también, a este problema se suma el carácter conexionista de la red que acaece sobre todo en plataformas, como los sitios de redes sociales. Dopico (2003) “señala que el poder colosal que reside en Internet se halla precisamente, no ya en los desarrollos tecnológicos, sino en este aspecto de comunidad, es en la comunicación interpersonal, donde reside el interés real de los nuevos tejidos comunicacionales” (p. 81), y que para Prada (2012) resulta en un nuevo modelo económico basado en el desarrollo de redes sociales y de plataformas colaborativas sometidos a lógicas empresariales donde se extraen beneficios a partir del deseo de compartir e intercambiar datos y contenidos, así como en la colaboración voluntaria, el contacto y en las relaciones sociales.

Como reflexiona Groy (2016), el sistema del arte estaba caracterizado por una relación asimétrica entre el artista y el espectador, una vez que el creador ponía su obra en exhibición se desentendía de la mirada del público. Con el uso de sitios de redes sociales, para dicho propósito, el artífice es partícipe de la opinión del usuario, lo que puede generar conexiones y beneficios respecto al plano comercial y a los procesos creativos.

Por lo anterior, las y los grabadores se encuentran ante la disyuntiva entre informar y comunicar. En el primer caso, bastaría con la planeación y difusión de la información que, como se explica arriba, es de interés para el artista. Sin embargo, ante la posibilidad de interactuar con los usuarios que le observan, el grabador no solo es productor del mensaje sino principal auxiliar en la circulación del mismo, en el que, su interacción constante es un requisito para permanecer en el medio. Con base a lo expresado por Prada (2012) estar conectado y ser usuario de las redes sociales ya no es una opción sino una necesidad para evitar la exclusión.

De acuerdo con Carolina Díaz Amunarriz (2016), la tecnología actual y el fácil acceso a la información y comunicación suponen que el artista tenga que “asumir una serie de facetas que antaño no eran tan necesarias” (p. 16); el creador obtiene con ellas, la oportunidad de depender menos de otros expertos, llegando a convertirse en un compendio de saberes heterogéneos, un “animal social” y con ello aprender a relacionarse con otros artistas y personas del gremio. Pero también, a contraer habilidades en las que no estaba capacitado a favor de su autogestión.

1. 2. Objetivo General

A partir de este planteamiento del problema se construyen los objetivos y las preguntas de investigación a propósito de la dirección que tomará el proyecto. Por tanto, el objetivo general es:

Describir cómo el uso de los sitios de redes sociales (SRSs) está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social.

1. 2. 1. Objetivos Específicos

1. Analizar que sitios de redes sociales usan las y los grabadores michoacanos para desarrollar sus prácticas en el grabado.
2. Analizar los nodos, las conexiones y el capital social que configuran las redes sociales del grabado michoacano a partir del uso de SRSs.
3. Identificar cómo los usos de SRSs transforma las prácticas en el grabado michoacano.
4. Identificar cómo el uso de sitios de redes sociales transforma las redes sociales del grabado michoacano.

1. 3. Pregunta de Investigación

¿Cómo el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social?

1. 3. 1. Preguntas Específicas

¿Qué usos le dan las y los grabadores michoacanos a los SRSs para gestar sus prácticas?

¿Cuáles son los elementos que configuran la red social del grabado michoacano a partir del uso de SRSs?

¿Cómo el uso de los sitios de redes sociales está transformado las prácticas en el grabado michoacano?

¿Cuáles son los cambios que configuran los usos de SRSs en la red social de las y los grabadores michoacanos?

Dirección General de Bibliotecas UAQ

1. 4. Justificación

A través de Internet y del uso de sitios de redes sociales los artistas visuales han ubicado sus prácticas artísticas en los entornos digitales con oportunidades para la gestión de sus procesos creativos y sus actividades comerciales. Como menciona Groys (2016): “Internet se volvió un lugar central para la producción y la distribución [...] de las prácticas artísticas y, de manera más general, de los archivos culturales” (p. 195). En este ahora, varios artistas, emergentes y reconocidos poseen un registro de ellos y de su trabajo en la red.

Según la analítica *web* Alexa, en el año del 2019 fue posible consultar en Internet alrededor de 10,053 sitios *web* en el mundo destinados a las artes visuales⁴; de tal modo que, estos datos develan la puesta en común de obras en el espacio digital que además están situados afuera de los lugares tradicionales, lejos de las instituciones y los contenedores de arte.

De hecho, a partir de las estadísticas proporcionadas por Alexa, de los 500 sitios más visitados en Internet⁵ la plataforma en línea para compartir trabajo creativo *Behance.net* se encontró *ranqueda* en la posición 287 y la comunidad en línea para artistas *DeviantArt.com* ocupó el puesto 341, lo que atiende a la participación del ciberespacio en virtud de los artífices.

Figuras como el museo o la galería que antes acompañaron al creador en la puesta en común de su obra continúan presentes en lo digital, los artistas en este sentido pueden optar por gestarse dentro de estos espacios, no obstante, investigaciones como las realizadas por Paloma Álvarez et al., (2017), Sandra Martorell (2016), Isabel Gaspar (2018), Cynthia Villagómez (2018), entre otros señalan que los artífices también lo hacen a través de los sitios de redes sociales. Estas plataformas

⁴ Alexa (20 Octubre 2019). *The top 500 sites on the web by category* [los sitios top por categoría fueron retirados de la página el 17 de septiembre del 2020]. (Veáse ANEXO 1). Consultado en: <https://www.alexa.com/topsites/category>

⁵ Alexa (20 Octubre 2019). *The top 500 sites on the web, global*. Consultado en <https://www.alexa.com/topsites>

como comenta Manuel Castells (2000) se tratan de lugares especializados que les funcionan para unir grupos *online* a través de intereses y valores compartidos y en consecuencia les permiten crear conexiones con los espectadores cuando el artista así lo desea.

Sin embargo, a pesar de estar mejor posicionadas, el diseño de los sitios *web* de *Facebook* (FB) e *Instagram*⁶(IG) no fueron creados exclusivamente para la exhibición de las arte visuales; lo que tiene sentido si analizamos los intereses de los usuarios en estos sitios. Así, según la analítica *web* de Alexa los asiduos a *FB* buscan contenidos en materia de arte y entretenimiento como los video juegos y el cine; en cambio, en *IG* la búsqueda se vuelca en la música, los juegos de video y las películas.

Caso contrario del sitio en Internet *DeviantArt.com*, donde hay interés por todas las subcategorías arriba mencionadas, además de otras que son las artes visuales, el *comic*, el diseño, el humor, la animación y la fotografía. Lo que también ocurren en el sitio *web Behance* que tiene usuarios inmiscuidos en los juegos de video, el cine, la foto, la música, la escritura y una categoría nombrada como otros que abarca las exploraciones de las personas en Internet bajo la categoría aquí analizada de arte y entretenimiento.

A la luz de estos hechos se justifica la importancia de esta investigación, porque, el artista viene de una lógica transitoria donde su única función estaba relacionada con los procesos creativos y la producción. Con los sitios de redes sociales tiene la opción de ir más allá e inmiscuirse con la producción del mensaje y las estrategias comerciales, aunque lo haga en lugares no especializados; por lo que, es necesario comprender como las y los grabadores michoacanos desarrollan sus prácticas a partir del uso de estas tecnologías, desde un razonamiento en red, cuyas características se inclinan en debatir la otrora presencia del creador en solitario.

⁶ Según *The top 500 sites on the web, global* de Alexa (20 Octubre 2019), *Facebook* ocupa el puesto 8 e *Instagram* el puesto 30. Consultado en: <https://www.alexa.com/topsites>

Pero incluso por que estos medios son extensiones naturales de la obra y el artista como entornos y contextos que hoy sirven para distribuir y consumir el arte.

Michoacán de Ocampo es un Estado cargado de una fuerte tradición de artistas y artesanos, cuna de grabadores ilustres de la historia del arte. Tan solo en los últimos cinco años según datos del Sistema de Información Cultural en México (SIC, 2020) en Morelia, la capital del Estado, se han inaugurado nueve galerías de arte, todas ellas con un perfil en *Facebook* e *Instagram*. De hecho, por medio de un rastreo en *Facebook* es posible encontrar otros perfiles de talleres de grabado de nueva creación como: el taller de Los Agachados, Tacanche o La olotera, por mencionar algunos.

De acuerdo con el grabador Julián Guerrero (2020, en Josafat Pérez, 2020b) el auge de talleres de producción en el grabado michoacano se ha convertido en un motor creativo como una alternativa para el autoempleo basado en un modelo de cooperación e intercambio de técnicas. Este surgimiento, como menciona Pérez (2020b), no solo se encuentra valorado en la era digital y el uso de las nuevas tecnologías, sino que, aprecia la proliferación de espacios y alternativas para la comercialización del grabado y la estampa.

En la actualidad el estado de Michoacán es sede de la Bienal Nacional de Pintura y Grabado Alfredo Zalce que está en su XI edición; y el encuentro estatal de Pintura y Estampa Efraín Vargas, que este año realizó su XX convocatoria. Sumado a ello, dentro del territorio estatal se encuentra el Museo de la Estampa al interior del Antiguo Convento de Santa María Magdalena, en la ciudad de Cuitzeo del Porvenir. Así como los talleres y colectivos ya mencionados.

Sin embargo, fuentes oficiales como la Secretaría de Cultura del Estado de Michoacán (SECUM) no cuentan con el registro de talleres y creadores, lo que resulta en un área de oportunidad. Si bien no es parte de los objetivos que conciernen a este proyecto que entra en el discurso de la era digital, existe la coyuntura para construir un mapeo de quienes están gestando esta práctica artística

en el Estado a partir de la información que es pertinente para responder a la pregunta de investigación.

Según Guerrero en Michoacán, entre el 2010 y el 2016, se cerraron negocios y muchos de los extranjeros que invertían en el grabado migraron en consecuencia al crimen organizado⁷; en la actualidad la situación ha mejorado, lo que ha permitido que varios maestros grabadores de la región retomaran sus proyectos, reactivando las ventas de la gráfica michoacana (2020, en Pérez, 2020b), ello a través de canales, tanto tradicionales como digitales.

Se conoce gracias a un rastreo de información en los sitios de redes sociales *Facebook* e *Instagram* que existe una comunidad de grabadores michoacanos con un perfil de usuario en estas plataformas. En este sentido hay un interés y un uso de las principales plataformas por parte de estos artistas, cuya descripción de actividades en red beneficia a un sector poblacional del arte poco estudiado, pero que se encuentra en actual auge.

⁷ Para conocer más al respecto sobre el impacto del crimen organizado en la economía de los pueblos mágicos michoacanos puede consultar la siguiente liga: <https://expansion.mx/nacional/2014/01/18/la-inseguridad-le-quita-el-encanto-a-los-pueblos-magicos-de-michoacan>

CAPÍTULO 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El uso que le dan los y las artistas a los sitios de redes sociales (SRSs) para gestar sus prácticas en el arte ha fraguado interés en el estudio de las ciencias sociales y la comunicación, propiciando un motivo de documentación, investigación y discusión dentro del marco de la cultura digital.

Debido a lo cual, el estado de la cuestión que se presenta a continuación recupera los aportes teóricos y metodológicos que son de utilidad para comprender al objeto de estudio, a partir de investigaciones que analizan el uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el arte.

2. 1. Sobre los textos revisados

Los trabajos aquí consultados observan estos usos desde las distintas intenciones que el artífice ha considerado para incluir dichas herramientas en su *quehacer* artístico; así también, se citan a consejo, los aportes que analicen estos usos por parte de las instituciones culturales como museos o galerías de arte.

Con el propósito de observar la evolución que ha tenido la investigación social en esta área del conocimiento para la revisión de la literatura se exploraron 1,225 *títulos* entre los años 2009-2019.

A fin de encontrar la mayor cantidad posible de artículos se acotó la búsqueda con la palabra *artistas* en lugar de *artistas visuales* o *grabadores*; e igual, se suplió el termino *sitio de red social* por *red social* tomando en cuenta que algunos autores no distinguen entre los conceptos anteriores.

Por tanto, los criterios de rastreo utilizados para encontrar este cúmulo de aportaciones han sido las palabras clave: *redes sociales + artistas y, social networking for artists* [en relación de las investigaciones en inglés]. Estas indagaciones se realizaron en los motores de búsqueda de *Google, Dialnet, Redalyc y sciencedirect*. Se encontró que dichos textos, en su mayoría, están concentrados en analizar a los sitios de redes sociales en utilidad para la política, la educación, la

comunicación y los jóvenes, así también, en menor cantidad con una finalidad para el arte.

Es importante aclarar que a reserva de que el objeto de estudio se centra en las y los grabadores michoacanos, la revisión de la literatura toma un contexto más amplio referente a otros estados de México y otros países en el mundo; lo mismo a diferentes prácticas artísticas que no son el grabado o la estampa.

Por lo anterior, se identificó que la mitad de los estudios elegidos provienen de España; en menor proporción, en el caso de América Latina las investigaciones principalmente son de México, Argentina y el Ecuador.

En virtud de delimitar la información se tomaron en cuenta las investigaciones vinculadas a las artes plásticas y visuales, excluyendo lógicas dispares como son las artes escénicas y la literatura. No obstante, se incluyeron algunos textos sobre el uso de SRSs por parte de músicos que han tenido una fuerte incidencia en la revisión y que fueron de utilidad para completar aquellas unidades temáticas cuyo contenido fue escueto, como ha sido el caso de los sitios de redes para la venta.

En suma, para este estado de la cuestión se definieron cuatro unidades temáticas organizadas en función del uso que le dan las y los artistas a los sitios de redes sociales 1) para la puesta en común; 2) para la producción; y 3) para la venta de objetos artísticos. Así mismo, se incorpora una cuarta unidad para incluir textos sobre los 4) SRSs usados por las instituciones culturales.

2. 2. Uso de redes sociales para la puesta en común

Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las redes sociales: Facebook y Twitter es un estudio cualitativo escrito por las españolas Violeta Izquierdo, Paloma Álvarez y Ada Nuño (2017) en el que se analizan dichas plataformas y sus usos en manos de los tradicionales transmisores o divulgadores de contenidos artísticos que son los artistas, los historiadores del arte, los galeristas, la prensa escrita y los museos de arte. Para realizar esta investigación, las autoras organizaron a los divulgadores de arte en dos grupos: el primero conformado por

las cuentas de instituciones [museos, galerías, prensa y revistas]; el segundo, establecido por los perfiles personales de artistas, historiadores y profesores.

Como resultado, Izquierdo, Álvarez y Nuño (2017) observaron qué son las instituciones las que dejan más en claro sus motivaciones en estas dos redes sociales, además de tener mayor constancia y de alcanzar un aire de seriedad del que muchos perfiles personales aún carecen; pese a que estos últimos han sabido contactar con el público de manera más eficiente.

La investigación llegó a la conclusión de que *Facebook* (FB) es utilizado por los artistas para publicar sus proyectos, conocer el arte de sus coetáneos, acceder a información sobre ayudas y becas, así como, para encontrar a un público interesado en sus propuestas. Por lo anterior, plantearon que debería ser una máxima para estos actores, que los perfiles tengan una estrategia, además de cercanía con los usuarios y veracidad en sus contenidos. Según analizaron las investigadoras, la red FB permite juzgar a externos el trabajo de los creadores y a su vez da permiso para que los artífices puedan acceder y juzgar las obras de otros; lo que supone un cambio de mentalidad para el artista.

Por otro lado, estas españolas mencionaron que *Twitter* (TW) es una red social que facilita a estos transmisores la promoción y divulgación de contenidos, lo que supone una “democratización” del arte por la posibilidad de ser emisor sin necesidad de financiación o respaldo institucional. Además, se contempló que TW es una plataforma que ha dado “lugar a obras de arte en las que esta red social no sólo es el canal, sino que también forma parte del propio contenido y mensaje” (p. 1177). No obstante, la investigación advirtió que los perfiles que no siguen una periodicidad adecuada corren el riesgo de contar con pocos seguidores. El constante *twitteo* se vuelve un factor crucial, de igual forma, esto sucede en *Facebook*, puesto que como aluden las autoras en esta red “no compartir información equivale a no existir” (p. 1177).

Sobre esto último, Sandra Martorell (2016) en su investigación *Las redes sociales como medio de promoción de la práctica artística* escribió que la necesidad constante de estar en contacto con las redes sociales es una desventaja para los artistas, los cuales deben sacrificar el tiempo destinado a la creación de obras para atender a estos espacios. Como observa Martorell, a este problema se suman la necesidad de que el artífice conozca las premisas básicas de *marketing*; que desarrolle estrategias para obtener una mayor visibilidad; y se mantenga actualizado a razón de las nuevas tecnologías que aparecen en el mercado.

El objetivo de la investigación que realizó Martorell (2016) fue “ver en qué medida las redes sociales como vías de expresión y comunicación han configurado un nuevo panorama para el artista que puede avanzar de forma más autónoma y que es valorado y legitimado por la masa” (p. 226). Para llegar a ello, la propuesta, desde un enfoque cualitativo, consistió en recolectar ejemplos y testimonios de diversos perfiles y otros agentes del mundo del arte mediante un análisis basado en *focal groups* y entrevistas en profundidad.

Gracias a estas indagaciones, Martorell (2016) destacó que los SRSs comúnmente usados por este gremio son: *Twitter, Google +, Instagram, Flickr, 500px, LinkedIn*; y redes especializadas en arte como *DeviantArt, Behance, Artinocket, Artwork project, Olemiarte, Open Art y Meetinarts*. En estas redes sociales se observaron dos categorías: las de carácter generalista [sin temática o contenido definido] y las de temática especializada. A su vez, la autora organizó estas cuentas en tres fracciones en las que incluyó: 1) los perfiles personales, limitados por 5,000 amistades [en los que cabe el riesgo de mezclar la vida personal con el ámbito profesional]; 2) las páginas de empresas y artistas, las cuales proyectan tener un gran número de usuarios; 3) y los grupos enfocados en un tema concreto [pero que son poco utilizados por los creadores].

Llegó a la conclusión de que con los sitios de redes sociales el artista tiene el control sin la necesidad de recurrir a mediadores, por lo que se convierte en productor, distribuidor y vendedor de sí mismo. De acuerdo a sus indagaciones, estos espacios

virtuales han dado la oportunidad a un gran número de interesados de convertirse en artistas de un momento para otro con la ventaja de ser virales, de reducir la distancia entre emisor y receptor en un público masivo, de la multimedialidad que permite diferentes formas de exhibir y promocionar, de segmentación del público, así como, de suponer la venta de obras, la solicitud de encargos y la *esponsorización* por parte de las marcas.

En virtud de las SRSs, Martorell (2016) mencionó que gracias a este nuevo modelo de exhibición pública del artista y de sus piezas los creadores de arte consiguen obtener visibilidad y proyección: “antes la aspiración de un artista era llegar a tener un buen mecenas [...] hoy lo que principalmente buscan son buenos seguidores; muchos en cantidad y fieles en cuanto a compromiso” (p. 242). Estos seguidores, como menciona Martorell, provienen de usuarios que admiran la obra del creador, así como, de otros artistas que buscan acceder al proceso de trabajo de pares y a los “entresijos” de la resolución plástica.

En relación a lo anterior, como mencionaron Violeta Izquierdo y Lima Guerrero (2018) en su investigación *Las redes sociales como marco de un nuevo paradigma en el arte contemporáneo*, la transformación que suponen los nuevos medios de interacción comunicativa posiciona y visibiliza al creador con sus espectadores y les provee de comprensión y debate sobre su arte como nunca fue posible. “Plataformas como *Pinterest, Tumblr, Flickr, Twitter, Facebook* e *Instagram* se han convertido en espacios esenciales para artistas emergentes que buscan compartir [...]; se trata de una forma de expandir su público y fomentar sus propias estrategias de *marketing* y ventas” (p. 87), por lo que “la enorme vinculación de la presencia de los desarrollos comunicacionales en convivencia con las estructuras socioeconómicas queda evidenciada de este modo” (p. 75).

La investigación de Izquierdo y Guerrero (2018) construyó un esquema de análisis para conocer cómo las redes sociales digitales llegan a edificarse como una oportunidad para la difusión de las obras. Sobre este tema los autores manifestaron que los artistas consolidados que habitualmente exponen en galerías y museo,

también se sirven de los SRSs para promover eventos y para conectar con el espectador, ya no solo por medio de su trabajo sino, a través de la interacción directa entre emisores y receptores. En efecto, como orientó este estudio, las redes sociales amplifican la red de contactos profesionales, aportan al nivel creativo, e incluso subsisten como canales de reivindicación social, por tanto, existe una necesidad de actualización de estas herramientas para alcanzar un uso eficiente y premeditado de las nuevas tecnologías y servicios que ayudan a la difusión con especial énfasis en los creadores emergentes, incluidos los creadores en el *new art*.

Así también, en la consulta del estado de la cuestión emerge el uso de otros recursos contenidos en los sitios de redes sociales que los artífices emplean para la puesta en común de sus obras. Sobre ello, Isabel Gaspar (2018) generó una investigación con el título *Hashtag (#), el uso de nuevos métodos en las prácticas artísticas a partir de las dinámicas en las redes sociales*, la propuesta de este artículo fue una reflexión de la aplicación del *hashtag* en los SRSs como una herramienta que conlleva rastros de los comportamientos e interacciones de los artistas al momento de ejecutar sus prácticas, incluidas la visualidad, la colectividad en las redes y la generación de contenidos.

Según analizó Gaspar (2018) un *hashtag* tiene por propiedad evidenciar el contexto en el que se encuentra anclado, el contenido al cual está relacionado y visibilizarse a sí mismo, lo que resulta en un entendimiento distinto de las interacciones creadas y registradas en la red. Por lo que, el artista debe asumir ser traductor y recolector de estos metadatos y aprovechar la *hiperconectividad* para hacer un análisis y traducción de las dinámicas que comienzan a establecerse con el *hashtag* en las redes. La autora aludió que las prácticas artísticas que utilizan el *hashtag* como herramienta no solo son la imagen sino también son acciones, los registros y las investigaciones; esta herramienta es una escala de las relaciones humanas, de las masas, y al mismo tiempo un metadato creado por el usuario que, a su vez, guarda el registro del recorrido y las interacciones que cargan las imágenes “como un microrrelato que se vuelve un metadato que reúne imágenes para crear narrativas

alternas en línea” (p. 20). El poder de este instrumento, según argumentó Gaspar, reside en que una idea e información para poder acceder a ellas fácilmente; los datos de las imágenes nos llevan a más imágenes y éstas nos llevan a más información.

Por supuesto, dentro de estas dinámicas del comportamiento del artista en la trama de lo digital, caben perspectivas menos tecno optimistas del uso de estas redes, al ser evidente casos particulares de privacidad, derechos de autor y explotación, plagio de obras y robos de identidades. Sobre estas observaciones algunos de los trabajos ya citados investigan al respecto:

En su investigación, Martorell (2016) dejó en evidencia que “cada día miles de usuarios se quejan de que sus imágenes han sido robadas en gran parte para fines comerciales” (p. 233). Sin embargo, Fosatti (2011, en Izquierdo, Álvarez y Nuño, 2017) expresó que los artistas que temen mostrar trabajos en proceso, recibir opiniones abiertamente o exponerse a “ser copiados” poco tienen que hacer en las redes sociales, a lo que estas autoras añadieron: “los que tengan alguna reticencia [sic] o algún reparo relacionado con su intimidad no podrían entrar en el juego: la propiedad privada es efímera en *Facebook*” (p. 1170). Según manifiestan Izquierdo y Guerrero (2018), “estas nuevas tecnologías y medios de participación han cambiado la forma de crear, participar, comprender la cultura, democratizándola, pero también introduciendo un temor a la pérdida de intimidad y a las formas artísticas anteriores” (p. 89).

Relativo a los derechos de autor, Martínez (2015, en Martorell, 2016) anunció que cuando colgamos imágenes en las redes sociales, otorgamos una licencia mundial y gratuita para que estos sitios puedan usarlas a conveniencia. En *Facebook*, por ejemplo, esta licencia finaliza una vez que el autor elimina el contenido o la cuenta, sin embargo, la información que es compartida con terceros sigue siendo propiedad de la plataforma. Por su parte, *Instagram* puede usar, modificar, borrar, añadir, presentar públicamente, reproducir, traducir e incluso distribuir de forma ilimitada los contenidos, siempre que estos no pertenezcan a una cuenta privada; no

obstante, aun al cumplir dicha característica, *Instagram* puede disponer del contenido para distribuirlo a través de su sitio.

Desde otro ángulo, Laura Baigorri (2019) especializada en arte y nuevos medios mencionó que en las plataformas de medios sociales la privacidad no está ligada a la exposición de cierto tipo de información, sino al control sobre quién sabe qué acerca de ti, así, los usuarios negocian su intimidad y su privacidad en público a través de la auto-representación, es decir, una construcción calculada donde el sujeto mantiene cierto dominio. En su trabajo *Identidades robadas. Arte y apropiación y extimidad en la vida online*, la autora analizó, con un enfoque cualitativo, las diferentes estrategias que siguen los artistas en su cuestionamiento sobre la vulnerabilidad de las imágenes personales y sus diferentes posicionamientos respecto al control y gestión de la propia información, la intimidad y la preservación del anonimato. Una de las conclusiones a las que llegó Baigorri en este estudio fue reconocer que estos temas (que varían entre lo íntimo, lo privado y lo personal) son inspiración para los artistas en favor de la creación de nuevas obras que ponen de manifiesto estos problemas.

2. 3. Uso de sitios de redes sociales para la producción de objetos artísticos

No es lo mismo hablar de *arte en Internet* y de *arte de Internet*, según Sandra Martorell (2016), antes mencionada, aunque ambos términos parezcan ser similares el primero es una referencia al arte que toma este medio como forma de exhibición y distribución; mientras que el segundo, más conocido como *net.art* [entre otras nomenclaturas] alude a la creación artística nacida a partir de la exploración y uso de recursos de Internet que es fuente, soporte y canal de distribución de la obra creada. Por su parte, Juan Martín Prada (2012, en Gatica, 2014) definió al *web art* como un tipo de actividad artística que se caracteriza por la existencia de infinitos originales, es decir, cada una de las posibles visualizaciones de la obra en la pantalla, lo que ha puesto en duda la lógica del *original* en el arte contemporáneo. Por tanto, para el autor esta manifestación del arte pretende cuestionar el propio estatuto artístico, así como los mecanismos de legitimación.

De igual modo, Eleonora Foti (2017) aludió que el *net.art* pone en duda el papel del autor, el carácter único de la obra y la condición de mercancía del arte puesto que con la compra de este tipo de piezas lo que se adquiere es un trabajo con entidad conceptual y no física. Además, como añadió la autora el *net.art* funciona solo dentro de la *web* porque fuera de ella pierde sentido y significado.

Marta López López (2017), en su Tesis doctoral, mencionó que en los primeros momentos del *net.art*, entre los años 1994 a 1996 solo una minoría de creadores produjeron, influyeron y abrieron camino a esta nueva forma de expresión. Posteriormente, entre 1997 y 1999, surgió un periodo de legitimación e institucionalización del arte de Internet, lo que trajo en consecuencia en el año 2000 a un grupo inconforme por dicha institucionalización, ya que con ello se traicionaba la *independencia* y *leitmotiv* original de estas prácticas. No sería hasta años venideros, con la llegada de la *web 2.0*, que el arte en la red se situaría en otro contexto. Según Izquierdo y Guerrero (2018), el inicio de las manifestaciones conocidas como *net.art* fueron en realidad proyectos colaborativos vinculados a procesos comunicativos, no tan enfocados a la realización de piezas concretas.

El objetivo de la investigación de Izquierdo y Guerrero (2018) se enfocó en conocer cómo las redes sociales digitales se convierten en material para la creatividad, que llegan inclusive a materializarse en la construcción de un inédito paradigma creativo en el marco del denominado *new media art*. El orden estructural de su trabajo siguió un planteamiento inductivo a partir del análisis de ejemplos concretos en la creación artística de los años 90 en el marco de las redes sociales digitales. Más que identificar el desarrollo concreto de cada obra, el estudio buscó los ejes que son condicionantes para su desarrollo, de forma que, ya ordenados, permitieron una orientación basada en la perspectiva múltiple del fenómeno.

De acuerdo con esta investigación, las redes sociales son usadas por los artistas como una herramienta para la creación de obras, a su vez, funcionan como una fuente de inspiración y reflexión sobre sus significados, información que sirve para gestar piezas que hablan sobre estas plataformas. Como citaron los autores: “las

redes en sí y su funcionamiento psicosocial puede ser el tema central sobre el que las obras enfocan su carga significacional, pero también [...] puede presentarse como herramienta vertebradora del proceso y resultado de la obra materializada” (p. 80).

A juzgar por Izquierdo y Guerrero (2018) “se hace necesario valorar el arte más actual desde otras perspectivas, que alcancen la conciencia de que no nos encontramos ante una supresión del fenómeno artístico, sino de un cambio en la forma, contenido y desarrollos internos del mismo” (p. 72), no es la muerte del arte, se trata de una metamorfosis, una aceleración de los tiempos. La utilización de estas redes sociales, de acuerdo con esta investigación, dará lugar a un desarrollo de propiedades estéticas asociadas a la forma en que los usuarios interactúan con ellas. En ese aspecto, las redes sociales *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, *Blogger* e *Instagram* han contribuido en gestar propuestas artísticas que ponen de manifiesto la importancia del fenómeno y que en ocasiones trasgreden los límites de Internet hasta llegar a materializarse en arte de formatos tradicionales.

De igual importancia, Paulo Gatica Cote (2014) en su reseña escrita a partir del libro *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, de Juan Martín Prada (2012), aludió que el arte en la red se construye sobre los conceptos de interactividad y participación. Según aclaró Jenkins (2008, en Gatica, 2014), esta primera idea se refiere al diseño de las nuevas tecnologías que responde a una mejor reacción del consumidor, mientras que la participación se encuentra condicionada por las reglas de la cultura y la sociedad. Así, al contrario de las obras que estaban demarcadas a un *aquí y ahora* unidireccional, en la *web 2.0* se va a fomentar la bidireccionalidad y confluencia de los creadores en un espacio diseñado para la interacción social que incluirá la producción de “comunidades de expresión”. Sobre el tema, el texto señaló que las redes sociales tienen una lógica inclusiva que ofrece a los usuarios más activos recompensas en forma de “emociones sociales”, un sentimiento que se denominó *egoboo*, es decir, el placer derivado del

reconocimiento público, del trabajo voluntario o de la satisfacción de prestar ayuda a los miembros de una comunidad.

Por tanto, la principal crítica de Prada (en Gatica, 2014) a las manifestaciones artísticas en la red no se cimentará en los significados de las obras, sino en el estudio de las condiciones que permiten la construcción de estas. Por otro lado, como reflexiona esta reseña, más allá del capitalismo afectivo y la exhibición, los artistas traerán consigo el resurgimiento de las identidades basadas en el ejercicio de la expresión del “yo”.

Marta López (2017), en su trabajo *Arte, vida y redes sociales de internet: el artista en los inicios del siglo XXI. Nuevos paradigmas*, observó que en la mayor parte de las obras creadas *online* está presente el tema de la constitución y proyección de la identidad digital (la auto representación), los arquetipos, la sobreexposición del yo y el exhibicionismo; las piezas *offline* que son manifestadas en formatos tradicionales tienden a representar en su cosmogonía las características de estas plataformas como los índices de popularidad, la adicción, su obsolescencia, entre otros temas. Esta autora expresa que a través de capturas de pantalla de la computadora los artistas han replicado estéticamente la apariencia de las redes sociales en diversos soportes que van de la tradición [lienzo], al ámbito del grafiti y el espacio urbano.

En sus contribuciones López (2017) analizó, desde una postura cualitativa, la historia del vínculo establecido entre artista y la computadora, empezando por el origen y evolución de las primeras computadoras hasta la actualidad; el momento que la autora estima mayor hibridación entre ambos. Por tanto, el sujeto de estudio de dicha investigación fue el artista híbrido que habita de forma simultánea el espacio físico y las redes sociales. En la opinión de la autora este nuevo modelo de artista se ve condicionado por: 1) la constitución de una identidad virtual con base a motivaciones y contenidos de todo tipo; 2) la incursión de factores que pueden alterar sus procesos de creación; 3) la llegada de una nueva experiencia y, por ende, de un nuevo espectador y; 4) la proyección internacional y comunicación con los

diferentes agentes del arte actual. Para acercarse a estos conocimientos, la metodología del proyecto fue de enfoque cualitativo y se fundamentó en una serie de entrevistas abiertas y cuestionarios dirigidas a una variedad de 400 agentes profesionales del arte contemporáneo (docentes, artistas, críticos, historiadores, galerías museos, etc.), todos ellos pertenecientes al ámbito internacional situado en occidente. Los cuestionarios versaron sobre los condicionantes que se le presentan al creador usuario en las redes sociales, así como, la trascendencia de esta nueva realidad en el panorama artístico.

A propósito de los resultados, López (2017) observó algunas desventajas que vienen aunadas al uso de los sitios de redes sociales como el desprestigio de la comunidad artística con respecto a la obra de baja calidad que es apoyada por la masa; la imposición a ser genuino en el mercado global; y la dependencia de los creadores a la aprobación en función de los *likes*. Por otro lado, distinguió que en estas redes sociales los artífices se sienten preocupados por la posible obsolescencia de estas plataformas lo que supondría la pérdida de las obras de *net art* gestadas en esta red.

De igual forma, López (2017) evidenció la sobrecarga de trabajo y responsabilidad que se le añade al artista en cuanto a la elaboración de contenidos para estas plataformas: “en concreto, cuando el artista es el administrador de su red, este factor puede ser insostenible (bloqueando el *feedback* habitual que exigen estas plataformas)” (p. 252). Sin embargo, como la autora mencionó esto no sucede al contar con grandes equipos entre los que se incluyen los *community managers*.

Como concluyó la investigación de López (2017) la inclusión de las redes sociales a las prácticas artísticas transformó significativamente la comunicación de los agentes del arte, ya que gracias a estas fue más accesible e inmediato establecer contacto con el público. La relación entre las partes se convirtió en horizontal, sin jerarquías y los protocolos dejaron de ser rígidos y distantes. A su vez, los agentes lograron permanecer actualizados a razón del acceso a información especializada en el medio. De acuerdo con este trabajo, entre las redes mejor valoradas por parte

de los diferentes profesionales del gremio del arte se incluyen *Instagram* y *Facebook*. Por otro lado, la autora observó que los artistas son el grupo que tienen mayor presencia en las redes sociales. Aquellos artistas que producen en estas plataformas no siempre tienen que hacerlo acerca de ellas, sino que pueden buscar otras motivaciones, por lo que quizás hoy no tenga mucho sentido separar la creación *online* de la *offline* a razón de una hibridación que cada vez es mayor.

A consideración de López (2017) los SRSs le dan la oportunidad al creador de tomar el control de la comunicación de su mensaje sin depender de la intervención de otros intérpretes, de hecho, lo más novedoso que percibió esta tesis doctoral fue que los artífices compartían, además de sus obras, técnicas y procesos de creación, influencias y referentes, la propia vida y cotidianidad, así como su postura a nivel social, político, medioambiental, artístico, entre otros temas. Un conjunto de claves que como indicaron la mayoría de los coleccionistas y comisarios entrevistados, normalmente favorecen de cara a la comprensión de las obras.

Aunado a estos resultados, la investigación de López (2017) apuntó a que en las redes sociales es posible establecer una red de contactos profesionales que sea a nivel internacional. Asimismo, dentro de estas, surgen propuestas activistas, asociaciones y alianzas de diferente naturaleza entre los agentes. Otros hallazgos que la autora consideró inéditos, son que los SRSs sirven para documentar y archivar, como es el caso de los *hashtags* que son como un sistema de clasificación de contenidos; los *emojis* que aportan nuevos niveles y modalidades de emoción en la comunicación; así como, los seguidores, quienes en ocasiones se convierten en coautores cuando los artistas los invitan a contribuir en sus proyectos. Estos múltiples factores, según comenta López, conllevan una nueva experiencia y, por ende, a un nuevo modelo de espectador. Sin embargo, la mayoría de los agentes del mundo del arte consultados no lo han interpretado así; ellos estiman que la verdadera experiencia está *offline* y que las redes promueven un espectador pasivo que se conforma con una visualización superficial.

Para la revisión de este estado de la cuestión se incluye el trabajo de Eleonora Foti (2017): *Arte digital: Galerías virtuales y las nuevas formas de la exposición*, el cual expone el desarrollo teórico del arte digital, sus antecedentes y nuevos movimientos, así como las formas de exposición de la red en comparación a las formas tradicionales. Para ello, desde lo cualitativo, y construyendo en el campo del arte, realizó encuestas y entrevistas a artistas y agentes especializados.

Foti (2017) observó que en la *web 2.0* existe una interacción directa entre los usuarios y los contenidos, así, los artistas que usan este medio para acceder a información sobre el arte o para crear se convierten en prosumidores, es decir en productores y consumidores a la vez. Según esta investigación entre ellos hay una retroalimentación constante: por un lado, la *web* inspira al arte para generar obras en la realidad, y por el otro, Internet se apropia del arte en la vida real para integrarlo a su contenido. Como comentó Foti, en las redes sociales se han creado lenguajes propios, dinámicas de comunicación diferentes y nuevas tendencias estéticas. De tal modo que los artistas contemporáneos más jóvenes elijen compartir su trabajo a través de los SRSs antes que construir una página *web* desde cero; por tanto, estas redes han cambiado este mundo especializado a uno en el que el medio es usado por todos.

De acuerdo con la autora, las redes han incentivado una “creatividad desbordada”, ahora, no solo los usuarios crean imágenes de autoría, sino que modifican las ya existentes con el fin de subirlas a redes como *Tumblr*, en donde los navegantes toman o se dedican a fraguar contenidos artísticos sin tener que ser un “genio creador”. Las redes sociales, conforme documentó Foti (2017), generan nuevas modas y formas del arte e incluso nuevas culturas y subculturas, ejemplo de ello son los movimientos *Vaporwave*, *Seapunk*, *Health Goth*, *Sports Aesthetics* o el *Postinternet*.

En el caso de México, según el estudio de Cynthia Villagómez (2018): *Arte digital MX*, las formas artísticas son más difundidas con el uso de la tecnología, sin embargo, esto no aplica de igual forma para el *Arte digital mexicano*. Si bien, hay

artistas digitales y algunos centros de exhibición como el Laboratorio Alameda o el Centro Nacional de las Artes dichos lugares se concentran en las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, San Luis Potosí, Tijuana, León, y otros estados al centro del país, mientras que en el resto del territorio nacional sigue habiendo un predominio de las artes tradicionales como la pintura, la escultura y el grabado.

Sin salirnos del tema, el trabajo de Villagómez (2018), de enfoque cualitativo, permitió para a este estado de la cuestión conocer los procesos de creación de los artistas digitales contemporáneos mexicanos (en adelante ADM); en los que se ven involucrados, no siempre, métodos de producción donde incurren dispositivos electrónicos, redes sociales, y el uso de la computadora. El empleo de estas herramientas, según manifestó la autora, exige cierta planificación previa al desarrollo de la obra artística, por lo que el arte digital mexicano no es resultado de la improvisación.

Los objetivos de esta investigación fueron proveer a otros artistas nuevos métodos de desarrollo de ideas, así como generar conocimiento para facilitar la comprensión de los trabajos digitales mexicanos. Para ello, la metodología del proyecto consistió en aplicar cuestionarios y entrevistas en físico y a través de video conferencias a ocho artistas digitales de la trama mexicana. Una de las características que presentó la mayor parte de la muestra analizada en el estudio es que los artífices en sus inicios produjeron la obra desde la austeridad; por otro lado, que las fases del proceso creativo no son lineales, sino que se desarrollan de forma intercalada. Un sólo proyecto puede desencadenar otros proyectos que posiblemente devengan en apéndices u obras e inclusive no llevar a nada, por lo que los flujos de trabajo son constantes (dependiendo del tema) y puede haber períodos de incubación que duren años.

Para analizar al ADM Villagómez (2018) recurrió a las fases del proceso de creación que Mihaly Csikszentmihalyi (1996), Manuela Romo (1997) y Mauro Rodríguez (2007) propusieron. A razón de estos conceptos unidos se puede entender que las

etapas del proceso de creación son: 1) *la preparación*, en donde existe la percepción de un problema que genera curiosidad, cuestionamiento e inmersión al mismo; 2) *la incubación*, o búsqueda de la solución al problema, un momento en que el pensamiento lógico-consciente no opera; 3) *la intuición*, fase en que se encuentra la solución al problema planteado; 4) *la evaluación*, y consulta de opiniones; 5) *la elaboración*; y 6) *la comunicación*.

Villagómez (2018), en sus conclusiones, analizó que un entorno cultural rico en diversos estímulos nutre el corpus mental del creador y posteriormente sus ideas en la etapa de la *preparación*. Asimismo, que los artistas digitales mexicanos se han convertido en investigadores de aquello que encuentran con valor y satisface su curiosidad; por lo que la mayoría de ellos indicaron tener registro de sus ideas, las cuales conservan y utilizan durante todos los procesos, de este modo, la autora afirmó que no puede haber creación artística sin reflexión intelectual.

Referente a los procesos de *incubación* e *intuición*, la investigación destacó que la calidad de las ideas no es aleatoria, ya que son producto de la formación, de la fase de preparación y el contexto del artífice. Los creadores, aquí analizados, realizaron la *evaluación* por intuición, pero siempre respondiendo a cuestionamientos personales o colectivos. En otros casos, la factibilidad de que una idea fuera llevada a cabo o no, dependía de aspectos técnicos y limitantes tecnológicas, como también a la falta de recursos económicos.

En la fase de *elaboración* se intuyó que el proyecto era socializado con colegas y colaboradores para las decisiones de perfeccionamiento y adaptación, sin embargo, se constató que la ideación previa de la obra se realiza en solitario. Para terminar, en cuanto a la *comunicación*, Villagómez descubrió que la falta de espacios para la exhibición de apoyos y el desconocimiento del ámbito del ADM hacía difícil el crecimiento del número de artistas en esta corriente, no obstante, exteriorizó que el interés sobre este arte sigue creciendo en el país.

2. 4. Uso de sitios de redes sociales para la venta de objetos artísticos

Hasta este punto el estado de la cuestión ha dejado ver que los sitios de redes sociales están implicados en las prácticas artísticas que tienen que ver con la puesta en común y producción de piezas de arte, así también a estos beneficios que acompañan a los SRSs se une el propósito de la venta.

En este sentido se tomó como referente el trabajo *¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural?* de José de la Peña Aznar (2014). La investigación, dentro del marco de la comunicación, informó sobre el encuentro entre la *Cultura y la cultura digital*, entendida esta primera como las Bellas Artes (o alta cultura) y el conjunto de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social (incluida la tecnología). Para ello el autor, desde un enfoque cualitativo expuso 35 ejemplos de cómo los museos, la literatura, la danza, el teatro, el cine, la pintura y otros han dado uso creativo de las redes sociales.

De acuerdo con de la Peña (2014) los SRSs son el medio por el cuál aparecen iniciativas de financiación colectiva o *Crowdfunding* (micromecenazgo): un modelo cuyo fin es el apoyo monetario a gran escala de proyectos creativos que son una modalidad ya probada en otras áreas como las ONG y los emprendedores. Según identificó la investigación la relevancia de esta subvención consiste en dar una segunda oportunidad a proyectos que el mercado había rechazado, que estaban descartados o que parecían imposibles de realizar. Lo que dota al usuario de una compensación moral al conseguir que se lleve a cabo una idea que no se habría concretado sin su aporte; dicho estímulo tiene un efecto tal que, al publicar en las redes sobre estas ayuda, se estimula a otros usuarios a participar también.

Considerando lo anterior, la investigación menciona que el objetivo de los SRSs en la cultura es la de crear comunidades en donde las iniciativas de este sector son un catalizador para propiciar el intercambio de experiencias que permiten multiplicar el impacto y la atracción por los productos culturales. De igual importancia, esto

tendría por efecto el compromiso y cercanía (*engagement*⁸), de los usuarios, aunado a una difusión de menor costo, todo ello, más allá de lo que otros medios de comunicación son capaces de conseguir. De la Peña (2014) observó que la información a través de estas herramientas llega filtrada y recomendada por personas de confianza dándole mayor valor y veracidad a lo recibido en comparación a los modelos clásicos de difusión; gracias a ello las iniciativas culturales pueden contar con un tipo de *marketing* de recomendación mucho más eficaz que la mercadotecnia tradicional.

A esta trama, se suman los aportes del autor ya antes mencionado Prada (2012, en Gatica, 2014), el cual refiriere que “el sistema de la información es paradójicamente contrario al propio del capitalismo tradicional, en el que el valor se basaba en la escasez, mientras que el valor de los productos informacionales y de interrelación humana aumenta con su difusión” (p. 121). La lógica de esta economía se fundamenta en permitir que cada cual diferencie y singularice su red para hacer sobreabundante la oferta de la libre elección. Por tanto, la posesión y exhibición en físico de la obra en espacios institucionalizados ya no es determinante del consumo, al contrario, en las redes sociales los productores *amateurs* pueden hacer circular sus creaciones gratuitamente para lograr una mayor difusión. Respecto a lo dicho por esta investigación las innovaciones suceden en la fábrica de la sociedad en lugar de un entorno profesional e industrial, por lo que las empresas de la *web 2.0* tratan de producir vida social y relaciones humanas.

Desde otra perspectiva, Izquierdo, Álvarez y Nuño (2017) reconocieron en su estudio que los artistas más jóvenes que intentan hacerse un hueco en el mercado, y que carecen de renombre en el panorama artístico actual han encontrado un “filón” en las redes sociales. Esto supone, según la investigación, una democratización rotunda y eficaz que implica acercarse a nuevos *targets* y ser emisor de contenidos

⁸ De la Peña (2014) utiliza el término de marketing *engagement* para referirse al nivel de compromiso y cercanía de una comunidad, que “se crea a partir de un gran número de seguidores y un alto porcentaje de interacciones con ellos” (p. 106).

artísticos sin necesidad de financiación o respaldo institucional. Por otra parte, las autoras comentaron que *Facebook* ha servido para que las galerías puedan conectar con un gran público, porque de otra manera les sería más costoso promocionarse y acceder a grandes sectores de la población. Así también, FB ha sido de utilidad para que los museos puedan vender sus entradas a las exhibiciones, y para que las revistas especializadas y la prensa digital cultural logren vender adscripciones y números a través de estas herramientas. Izquierdo y Guerrero (2018) comentaron:

Si bien es cierto que el eje de lo tecnológico es crucial en este nuevo paradigma de infraestructura comunicacional, debemos mirar con detenimiento al condicionamiento que realiza la macroestructura económica, que se presenta como otro eje condicionante de la actividad artística. Los creadores se encuentran en un mercado marcado por una elevada competencia, aunque con más herramientas a su disposición que nunca. (p. 70)

Según observó Martorell (2016), citada arriba, algunas de estas redes disponibles en materia de ventas son: *LinkedIn* usada desde una perspectiva y vocación más profesional para establecer contactos en la red y facilitar la búsqueda de trabajo; *DevianArt* que es para el comercio de arte; *Behance* que permite acercar a los artistas a agentes del mundo laboral como empresas en busca de nuevos talentos; *Artinpocket*, una comunidad que reúne a artistas, coleccionistas y galerías, además de ser un canal de compra y venta de objetos artísticos; y sumadas a ellas, las redes *Olemiarte* y *OpenArt* que funcionan para la búsqueda de consumidores potenciales. En este trabajo se mencionó que es una ventaja para el mundo del arte que las redes mencionadas sean gratuitas.

Con intención de ilustrar este nuevo panorama de oportunidades Martorell también destacó el caso de éxito de la fotógrafa española Cristina Otero, la cual a sus catorce años después de subir autorretratos a la red social *Tuenti* y gracias a su gran cantidad de seguidores fue contactada en ese sitio por un galerista para proponerle

su primera exposición en una galería de arte física, donde pudo vender la mayoría de sus trabajos.

En un artículo más reciente, Sandra Martorell (2018) mencionó que en las redes sociales “nace un colectivo de artistas acreditados por un público masivo que los elige y ensalza al margen de conocimientos específicos en materia de arte” (párr. 10), hecho que ha propiciado que críticos, galeristas, investigadores y comisarios hablen de la perversión de estas expresiones, poniendo en consideración la legitimidad de los artífices en términos formales. A pesar de esto, los creadores “acaban formando parte del circuito y el negocio del arte, algo que pone de manifiesto el poder de decisión de la masa frente a la palabra del experto, con la que a menudo no coincidirá” (párr. 10). Según manifiesta este texto, una de las diferencias respecto al modo clásico de explotar el arte es que en los SRSs los seguidores tienen gran relevancia a pesar de que la gran mayoría de ellos no sean compradores potenciales. “La venta no es inicialmente la prioridad, sino ser seguidos, lo cual llevará a un posterior reconocimientos y consecuente explotación comercial” (párr. 7).

En su trabajo López (2017), quién ha sido referida anteriormente, abonó sobre estos conocimientos al observar que la cantidad de seguidores que el artista y las galerías de arte tienen en las redes sociales se asocia con la mayor probabilidad de ventas, aunque el apoyo de la masa no siempre va ligado a la calidad de la obra. Esta apreciación no se trató de algo exclusivo del arte, sino que se ha extendido a la mayor parte la sociedad que se está viendo envuelta en dinámicas de creatividad *amateur* y producción de subjetividades. El usuario ha pasado de ser activo a convertirse prosumidor, un rol que conforma un nuevo modelo de negocio basado en el deseo de compartir e intercambiar que se debe de las dinámicas sociales y el capitalismo afectivo. En las redes sociales, como comenta esta autora, se están empezando a producir ventas de obra y ofertas de trabajo para los artistas, tales como la participación en exposiciones, conferencias, actividades didácticas,

etcétera. No obstante, las propuestas que se reciben son de diferentes grados o niveles y no siempre se ajustan a las expectativas del creador.

Otro trabajo que nos ayuda a entender cómo las redes sociales se involucran en el comercio del arte es *The arts at Facebook: An aesthetic infrastructure for surveillance capitalism*, del investigador Fred Turner (2018). En dicho texto se abordó los programas de arte dentro de *Facebook* desde la sociología crítica del capitalismo y se presentó dos perspectivas: uno, que la forma en que esta red trabaja con las artes marca una desviación radical de las prácticas tradicionales de recolección corporativa de la era industrial; y dos, que las iniciativas artísticas de *Facebook* reflejan y ayudan a las técnicas legítimas de búsqueda de ganancias particulares de las redes sociales.

Este ensayo, de enfoque cualitativo, se basa en una serie de entrevistas, visitas extendidas a la sede de FB y una revisión exhaustiva de sus archivos de diseño para rastrear la historia de sus programas y explorar la estética que promueven. Hoy la compañía apoya dos organizaciones artísticas entrelazadas: el *Laboratorio de Investigación Analógica (Analog Research Lab)* que surgió de la comunidad interna de diseñadores de la compañía, los cuales producen los carteles que se exhiben en las instalaciones de FB; y el *Programa Artist in Residence* que invita a pintores, escultores, artistas gráficos y otros a hacer piezas específicas para el sitio. Además de ello, la compañía emplea a cinco curadores en cuatro continentes para gestionar sus iniciativas artísticas.

Como analizó Turner (2018), estos programas de arte funcionan de dos maneras: una organizacional y la otra semiótica. El objetivo de los carteles y murales que producen estas unidades es la de aliviar las presiones de la codificación continua y el crecimiento corporativo, asimismo, alientan a los trabajadores de *Facebook* a imaginarse como artistas técnicos creativos y no como arquitectos de un aparato de vigilancia global, de esta forma, el arte en las oficinas de FB ha ayudado a cambiar el lugar de control organizacional de la jerarquía formal de la compañía a su cultura.

Los muros de *Facebook* sugieren que la compañía es tan poderosa que puede convertir la disidencia política en un modo más de autoexpresión.

Con respecto a lo que interesa para este estado de la cuestión, Turner (2018) planteó que *Facebook* siempre ha sido una empresa de medios con fines de lucro impulsada por la publicidad como lo fueron sus predecesores los medios de comunicación de masas. La misión de conexión interpersonal se abre en el paisaje de la expansión del capitalismo en lo que FB llama su *gráfico social*, donde esta red mapea y cuantifica patrones de interacción y explora su asociación con resultados de comportamiento particulares. Son agrupaciones de algoritmos, textos e imágenes diseñados no para decirle al usuario qué hacer, sino para solicitar sutilmente el comportamiento deseado. Según mencionó el autor, al reconocer patrones y calcular relaciones en tiempo real FB puede inferir la probabilidad de que cierto segmento de su población se sienta atraído por una comunidad, acción o producto en particular.

Para concluir esta unidad temática, y dado que las investigaciones que aportan con respecto de los SRSs usados para la venta han tenido escueta incidencia en la búsqueda de artículos, se considera pertinente para abonar al estado de la cuestión las investigaciones realizadas por Rafael Cano (2019) y Carolina Dell’Innocenti (2012).

Rafael Cano (2019), en su trabajo *Técnicas de marketing en las cuentas oficiales de Twitter de los artistas flamencos*, tuvo por metodología el análisis de contenido para averiguar el grado de utilización y medir la frecuencia con que aparecen algunos elementos de *marketing* en las publicaciones de los artistas flamencos. La elección de dichos creadores se basó principalmente en el alcance mediático que estos tienen en *Twitter*. Fue una muestra compuesta por las tres disciplinas del flamenco: el canto, el baile y el toque.

A partir de estas indagaciones, Cano (2019) averiguó que la transmisión del flamenco se efectúa en el seno de dinastías de artistas, familias, peñas y

agrupaciones sociales que desempeñan un papel fundamental y necesario en la preservación y difusión del mismo. La buena explotación de la comunicación y el *marketing* digital permite a estos creadores diferenciarse del resto de sus competidores, ya sean del ámbito del arte flamenco o no. Así la elaboración de estrategias relacionadas con este binomio conlleva la construcción de una personalidad artística que se apropia.

En este trabajo Cano citó la investigación que realizó con Micaletto en el 2018, indagaciones que nos permiten saber que las acciones públicas, en el entorno digital, son empleadas por los emisores de contenidos digitales para difundir ante sus públicos una imagen adecuada a sus fines y actividades. A su vez el autor, retomando lo dicho por Steingres (2008), recalcó que el actual cambio de hábitos culturales surge de un complejo entramado de factores que influyen, a nivel global, las nuevas necesidades y estilos de vida. A diferencia de otros períodos la música se ha convertido en el siglo XXI en un bien cultural que se difunde y proyecta en todos los sectores, y su diversidad está determinada por las características sociales y culturales, sobre todo la edad y el nivel de estudios. Así, Salazar y Prieto (2015, en Cano, 2019) nos señalan que toda institución que quiera lograr una comunicación efectiva a través de *Twitter* debe hacerlo por medio de un plan de comunicación en el que se definan los objetivos y las acciones comunicativas que se llevarán a cabo.

En su investigación, Cano (2019) concluyó que son las artistas mujeres las que más emiten contenido sobre este género musical, así también que entre un total 1,527 publicaciones revisadas de la red social TW solo 44 fueron contenidos de *marketing*, el resto de la información se desglosa en 1,131 *post* sobre la carrera artística, 185 publicaciones de contenidos sociales, y 167 mensajes emitidos sobre la vida personal de los artistas flamencos. Por lo que, acorde con este autor falta generar una planificación estratégica de *MKT* y comunicación por parte de los artistas o de las personas que se encomiendan a estas redes a la hora de publicar.

Por otro lado, Carolina Dell'Innocenti (2012), en su trabajo, *Las redes sociales digitales como herramientas de marketing: Análisis de un caso práctico*, examinó a

las redes sociales desde la hipótesis de qué estas redes pueden ser utilizadas como herramientas de *marketing* efectivas. La metodología consistió en identificar las acciones de mercadeo de la escuela de música *El faro*, efectuadas durante un período de seis meses; así también, reconoció los resultados obtenidos en las comunidades virtuales de esta institución a partir de indicadores previamente determinados.

Gracias a este estudio, la autora interpretó que las nuevas tecnologías están modificando los hábitos cotidianos de la sociedad, ya que la gente usa Internet para indagar sobre productos y servicios que son de su interés y para hacer compras por este medio. Las empresas que han visto potencial en ello, según argumentaron Harris y Rae (2009, en Dell’Innocenti, 2012), aprovechan estas herramientas de bajo costo con la intención de incluirlas dentro de sus estrategias de *marketing*; especialmente para la promoción de los productos, la comunicación con los clientes, la investigación de mercados, o incluso como un canal de ventas. De ahí el interés que han puesto estas organizaciones al *social media marketing*.

El *social media marketing*, como define Dell’Innocenti (2012), son acciones aplicadas a foros, *blogs*, *microblogging*, agregadores de noticias, *wikis*, *podcasts*, redes sociales, etc, con el fin de difundir y compartir información para generar valor y aumentar la popularidad, prestigio y visibilidad de una marca, producto o empresa, al evaluar la opinión de los consumidores. Esto se hace de forma no invasiva, a través de contenidos “únicos, atractivos y útiles”, aunque no necesariamente impactantes. Así también, el *marketing* de los medios sociales “se enfoca en generar conversación e interacción, con y entre los usuarios y consumidores de un producto o marca” (p. 16), y al igual que el *marketing* tradicional uno de los muchos objetivos son las ventas.

Dell’Innocenti (2012) concluyó que sí la escuela de música *El faro* solo hubiera trabajado con formatos no digitales no se hubiera dado la rápida difusión de sus contenidos, y sí en cambio solo se hubieran promocionado dentro de las páginas de *fans* y sitios *web* no se hubiera captado tanta gente; por tanto, según explicó la

autora, mantener una sinergia entre los medios *online* y *offline* resultó positiva para esta institución.

2. 5. Uso de sitios de redes sociales para instituciones culturales

En efecto los sitios de redes sociales son integrados a las prácticas de los creadores con diversos fines, pero no solo por ellos, igualmente las instituciones de arte migran a estos medios.

Como se ha aludido con anterioridad, del trabajo de Izquierdo, Álvarez y Nuño (2017), las instituciones tradicionalmente encargadas de la divulgación de arte son la prensa, las revistas especializadas, las galerías y los museos (una de las más influyentes instituciones culturales vinculadas a la difusión artística). Las cuentas de estas instituciones han sabido posicionarse de una manera organizada y bastante uniforme gracias a estrategias similares en la construcción de sus perfiles en *Facebook* y *Twitter*, donde es común encontrar publicaciones con fotografías, videos, horarios de apertura, información sobre exposiciones y datos de contacto. No obstante, estas autoras notaron que estos espacios vienen condicionados a mantenerse actualizados todos los días para no caer en el olvido o desfasarse.

Dicha investigación realizada en el 2017 destacó que *Twitter* se ha convertido en una herramienta ideal para los divulgadores de contenidos artísticos: “desde la brevedad y concreción que es característica en la dinámica de esta red social, el contenido visual inherente a las obras de arte se fomenta y se comparte de forma ilimitada entre sus miles de usuarios.” (Izquierdo, Álvarez y Nuño, 2017, p. 1177), por lo que, esta red permite tejer conexiones entre personas con los mismos intereses gracias a la creación de *hashtags* o etiquetas que facilitan la búsqueda de todas las publicaciones referidas a un asunto, acontecimiento o interés concreto; y a la posibilidad de compartir *tweets* de otros miembros y hacer visible esta actividad a los seguidores de estos últimos.

De acuerdo con Izquierdo, Álvarez y Nuño (2017), *Twitter* permite a los museos divulgar con mucho más dinamismo; acercarse a sus visitantes potenciales; dar a

conocer las exposiciones temporales, seminarios o cualquier labor que vayan a realizar; y expandir sus conocimientos más allá de sus propios muros. De hecho, de acuerdo con lo indagado, existen ejemplos en la trama española de museos que han pasado inadvertidos a los grandes circuitos turísticos y supieron valerse de estas redes para dar a conocer sus colecciones. En el caso de las galerías las publicaciones en TW se basan en la promoción de las piezas, la participación en ferias y la difusión de contenidos artísticos. Por su parte, las revistas usan esta red para sumar visitas a sus *webs* al vincular cada *tweet* a un artículo de sus sitios en Internet; que es la misma estrategia que usan los periódicos para difundir sus contenidos. En el caso de la prensa, la periodicidad de sus publicaciones ronda en las diez diarias según comentan estas autoras. En esta red también se apreciaron cuentas de ferias de arte y de asociaciones profesionales que agrupaban galerías para difundir sus exposiciones y actividades.

Facebook, según observaron Izquierdo, Álvarez y Nuño (2017), es una red que facilita la creación de lazos entre divulgadores de arte a pesar de la aparente competencia que podría existir entre ellos, permitiéndoles tejer conexiones en la que convergen todas; y desde donde el usuario logra llegar a otras gracias a las sugerencias y los “me gusta” que ofrecen sus perfiles, por ejemplo las revistas especializadas posibilitan a sus usuarios recibir adelantos de algunos de sus artículos y divulgar información sobre contenido artístico en sus muros aunque provenga de otros medios.

Por otro lado, estas autoras identificaron que los perfiles de la prensa son menos segmentados en comparación a otros medios de comunicación, aunque las noticias sobre cultura no suelen ser las más publicitadas. A través de esta red las galerías de arte y museos siguen estrategias similares para conectar con las personas, como mencionó Alegra García (2015, en Izquierdo, Álvarez y Nuño, 2017), incluso los museos pequeños o desconocidos pueden construir una potente marca a través de FB al fomentar tácticas y contenidos de calidad para influir en la participación de un

público que en ocasiones nunca ha visitado ese museo o, lo había hecho hace mucho tiempo.

De la Peña (2014), mencionado anteriormente, aludió que las redes sociales permiten a las instituciones culturales interactuar y recoger comentarios de los usuarios para conocerlos y establecer una relación duradera, por lo que resulta necesario aprender de esta información para corregir deficiencias y obtener estadísticas. El autor enfatizó que las redes son solo herramientas, lo que de verdad cambia la situación son las comunidades y los grupos de interés comunes que encuentran en estas redes, el modo de organizar, comunicar e intercambiar ideas y conocimientos. De igual manera, añadió que un gran número de seguidores junto a un alto porcentaje de interacción crean una comunidad cultural influyente. Por el contrario, muchos seguidores con poca interacción son una comunidad sin *engagement* situación común entre instituciones que son atractivas pero que tienen un tono de comunicación muy corporativo y cuyo contenido no propicia la cercanía.

Por otro lado, desde la cultura y sociedad digital como área de conocimiento, Pedro Cagigal (2017), en su investigación *Los museos como mediadores de la memoria en la era digital*, indagó el papel que tiene el museo como custodio de la memoria en la era de las tecnologías digitales y las redes sociales, para lo cual revisó los retos a los que esta institución se enfrenta al incorporar nuevas herramientas en el espacio expositivo. La investigación analizó el uso de dichos dispositivos, así como, las tendencias en el diseño de sitios *web* institucionales, digitalización de colecciones de arte y procesos de cocuraduría y coproducción de contenidos con comunidades virtuales.

De acuerdo con este autor, intentar trasladar la experiencia vivencial del museo a lo virtual es complejo, porque en lo presencial, logramos no solo sentir reales los objetos que tenemos de frente, sino que de igual forma podemos analizarlos y disponer de un grupo de trabajadores que reaccionan para nosotros. Según Müller (2002, en Cagigal, 2017) digitalizar las colecciones de arte igualmente cambia el sentido dado que al colgar las piezas de arte en la *web* estas adquieren nuevos

significados. Por tanto, en palabras de Cagigal (2017) “lo presencial y lo virtual generan distintas experiencias y distintos acercamientos al conocimiento” (p. 24). Sin embargo, ambos no tienen que ser excluyentes mientras que se siga el principio de promover el diálogo y las relaciones sociales. Como se explica en este trabajo, la implementación de sitios *web*, aplicaciones y SRS en las exposiciones genera encuentros más atractivos y dinámicos, además que permite extender los límites y trabajar con distintas temporalidades incluyendo actividades pre y post visita.

Sabharwal (2012, en Cagigal, 2017) mencionó que las redes sociales facultan algún tipo de curaduría pública a través de contribuciones o *crowdsourcing*, a su vez, el sitio *web* de un museo puede ser un sustituto para quienes no pueden asistir a este; aunque principalmente tienen que enfocarse a promover visitas y no reemplazarlas. Sobre la evolución de las páginas *web* en los museos, Fiona Cameron (2006, en Cagigal, 2017) identificó tres momentos: el primero en el que las líneas narrativas se creaban con imágenes y textos didácticos; un segundo periodo de esquemas multimedia, diferentes sistemas de navegación y mapas semánticos; y una nueva generación, aún imaginada, de páginas *web* con búsquedas avanzadas, interrelación de contenidos personalizados entre múltiples usuarios, árboles hiperbólicos y mapas para la investigación.

Cagigal (2017) concluyó que las nuevas tecnologías pueden potenciar la creación colectiva de sentidos y expandir los límites del museo, no obstante, en presencia de la virtualidad, este se enfrenta a varios retos. En principio, debe buscar nuevos modelos de gestión y propiedad intelectual que no se basen solamente en exclusividad y escasez, dado que, varias de estas instituciones luchan económicamente por mantenerse en contextos adversos, con el miedo de perder el control por la patente de sus colecciones puesto que al digitalizarlas no pueden garantizar que se reconozca su origen. La digitalización puede ser una alternativa para proteger las obras, pero la prioridad mercantil sigue siendo el resguardo y la protección de la colección física.

Otra dificultad que percibió el autor fue el quiebre con la autoridad del curador que como señaló Cameron (2006, en Cagigal, 2017) es amenazada cuando el usuario puede descubrir y enseñar relaciones temáticas por su cuenta, por lo que el museo necesita “nuevos mecanismos de acompañamiento a procesos de investigación y generación de saberes con comunidades, que brinden sistemas de acceso consensuados, sin restringir totalmente la circulación de los contenidos y saberes recopilados” (p. 28). Lo anterior, para sopesar el temor alrededor de las interpretaciones no especializadas que pueden entrar al dominio público, lo que requiere que el museo esté dispuesto a ceder en la construcción de su narrativa. Con respecto a este estudio, en la era de la reproducción digital el museo pasa de ser un enunciador y un mediador de la historia, a verse como un árbitro de narrativas.

La comunicación de los museos de arte en Facebook: comparación entre las principales instituciones internacionales y españolas, de José Losada y Paul Capriotti (2015) es otra investigación que aporta sobre este tema desde el conocimiento de la comunicación audiovisual y la publicidad. En dicho trabajo, el objetivo fue evaluar la presencia y actividad de las páginas oficiales de los museos más visitados en España y el mundo para compararlos y conocer cómo estos disponen de FB como herramienta de comunicación con sus públicos. En este sentido, para definir la muestra se consultaron los museos a nivel mundial más visitados durante el 2008-2013 según la prestigiosa revista *The Art Newspaper*, aunado a ello, se eligieron las instituciones españolas más concurridas a partir de los datos oficiales de dichas organizaciones entre los años 2010-2012. La población final incluyó 90 museos internacionales y 29 españoles.

Así también, Losada y Capriotti (2015) establecieron tres preguntas de investigación en relación con tres aspectos básicos ligados al uso de *Facebook*: “presencia”, “actividad” y “escucha activa” de los museos. A través de la respuesta a dichos cuestionamientos, los autores observaron que más del 90% de la muestra tiene presencia en *Facebook* en forma de *fanpage* y que, a través de estas páginas más

del 80% indexan la *website* oficial de sus sitios. Así también, que el idioma de publicación de los museos es mayoritariamente el local, mientras que el inglés tiene una incidencia de 6% en la trama mundial y de un 29% en el caso de España, por otro lado, en los museos internacionales la presencia del español, como segunda lengua, es nula. Estos autores mencionaron que es en el grado de actividad en donde radica la principal diferencia de la población analizada al encontrar que casi el 70% de las organizaciones españolas realizan entre dos y tres publicaciones semanales, mientras que a nivel mundial sólo se realizan un aproximado de uno o dos *posts* por semana, por lo que estos autores consideraron que la media de actualizaciones de la muestra es baja. Sobre el tipo de contenidos, las proporciones son muy similares en todos los casos, así la divulgación de información institucional, colecciones permanentes y actividades de otros museos permanecen en porcentajes residuales, en cambio, las exposiciones temporales, los datos generales y otras actividades son las publicaciones más habituales. En relación con la escucha activa de estos lugares destinados al arte, la investigación apuntó que dos tercios de ellos incorporaron espacios específicos en FB para facilitar y estimular la participación de los visitantes, ya sea por medio de comentarios o de retroalimentación a través de algún tipo de encuesta o evaluación.

Losada y Capriotti (2015) concluyeron que los principales museos de arte en el mundo y España disponen de una amplia y muy buena presencia en Internet, aunque su actividad y predisposición al diálogo no es tan destacable y puede ser mejorada. La investigación permite dar cuenta que son las instituciones españolas las que tienen una actividad más amplia, diversa y rica en comparación a los museos internacionales analizados. En general, según estos autores, estas instituciones “ya no son solo un espacio físico, sino, también, virtual. En este sentido, las redes sociales amplían enormemente la capacidad de comunicación participativa de los museos, logrando crear espacios más amplios y museos más abiertos” (p. 892), lo que fomenta inclusive una comunicación más activa que la tradicional, siempre que se haga como aludió Holdgaard (2011, en Losada y Capriotti, 2015) de una forma

muy participativa y dialógica, aunque como indicó Waters et al. (2009, en Losada y Capriotti, 2015) la creación de páginas en *Facebook* no genera automáticamente visibilidad ni tampoco participación.

Bajo el mismo orden de ideas, Brígida San Martín y Édgar Cordero (2018), desde las ciencias sociales económicas y administrativas, en su trabajo, *Los museos y las tecnologías de la Comunicación en Cuenca*, estudiaron algunos museos y centros culturales independientes con el objetivo de conocer cómo se realiza el proceso de divulgación de la información de estos lugares a través de las páginas *web* y la red social *Facebook*; además, para la investigación se incluyeron las aplicaciones móviles que están dispuestas para el acercamiento virtual a los espacios expositivos y muestras permanentes.

A fin de llegar a dicho propósito, estos investigadores analizaron cuatro museos y tres centros culturales de la localidad de Cuenca, de igual forma, en la muestra fue incorporada la agenda virtual de eventos *Cuyker*, donde los jóvenes hacen gestión cultural desde la iniciativa privada. A interés de lo anterior, por medio de un enfoque cualitativo, los autores realizaron un acercamiento físico a través de la observación *in situ* y una aproximación virtual a través del uso de dichas herramientas, esto con la intención de averiguar las fórmulas que aplican estas instituciones para saber quiénes son los receptores y cuáles son los niveles de interacción con los mismos.

San Martín y Cordero (2018) reconocieron que la elaboración de los contenidos culturales de los museos se materializa en diferentes soportes de mediación que pueden ser tradicionales como las exposiciones, las escenografías, las maquetas, los catálogos, las guías de visita, los audiovisuales, entre otros; o más recientes como las pantallas táctiles, la geolocalización, la realidad aumentada, los códigos QR, los podcasts, las redes sociales, la digitalización de documentos, el *crowdfunding*, las recreaciones virtuales, las guías multimedia y las aplicaciones móviles.

Cabe señalar, como menciona Santos Mateo (2013, en San Martín y Cordero, 2018), que en lo digital no se comunican obras de arte, documentos o restos arqueológicos, sino las ideas que hay alrededor de ellas. Por otro lado, estos autores percibieron que en las ciudades donde la acción museística es un componente importante de la producción cultural, los museos deben mantener una interrelación con diversos actores, es decir, con sus públicos, con otros museos que en conjunto estructuran comunidades y redes, con actores culturales que son quienes mueven en parte la producción de la programación, y con artistas, críticos, antropólogos que son la base del desarrollo del pensamiento.

En sus resultados, San Martín y Cordero (2018) mencionaron que la comunicación y promoción de algunos museos y centros culturales de Cuenca se encuentra mediada por las plataformas digitales y que, los emprendedores de esta rama no planifican sus proyectos si no es a través de estos medios, ya que gracias a ellos se puede manejar hipervínculos para que los usuarios naveguen de acuerdo a sus intereses y así generar discursos hipermediales, además de interactividad y multimedialidad. Según aludieron los escritores al principio la incursión de estas instituciones fue a través de las páginas *web* para después migrar a las redes sociales en las que vieron una posibilidad de retroalimentación, enlace y contacto con los usuarios fuera de la geografía local. Sin embargo, este trabajo señaló que las páginas *web* no son plataformas para la emisión de discursos informativos, sino, para aquellos relacionados con la filosofía y la razón de ser de estas instituciones. Igualmente, que las redes sociales son lugar para la acción, la gestión, la comunicación, el *marketing* y la promoción de los museos y centros culturales. Los autores concluyeron en decir que la acción comunicativa y la atención de los públicos por parte de estas organizaciones no están marcadas solo por el uso de las plataformas 2.0, sino que en ello intervienen las plataformas intra-museos o aplicaciones para equipos móviles que guían tanto a los visitantes en el espacio físico, como también posibilita que estos puedan tener la información en sus dispositivos telefónicos. Asimismo, que se deben crear comunidades virtuales con

el objetivo de incrementar el nivel de interacción con los públicos, ampliar la cobertura y recepción, e intercambiar iniciativas que eleven el *quehacer* museístico y cultural a un proceso de desarrollo económico.

2. 6. Conclusiones respecto a lo enunciado por las investigaciones

Primero, se concluye que en la revisión de la literatura existen distintos conceptos asociados a las actividades que devienen de la puesta en común, como las palabras visibilización, emisión, interacción, difusión, promoción, transmisión, divulgación, exhibición, expresión y comunicación.

Se pudo dar cuenta en los trabajos revisados, gran número de los acercamientos al objeto de estudio en cuanto a la metodología de recolección de datos son las entrevistas y los cuestionarios; asimismo, la postura cualitativa es el enfoque más recurrente para el análisis de la información.

Varios de los artículos revisados enuncian que los sitios de redes sociales permiten a los artistas e instituciones culturales encontrar y conectar con su público meta gracias a una comunicación bidireccional, sin jerarquías, que es de bajo costo y globalizada. Además de la multimedialidad que permite diferentes formas de exhibir y promocionar a través de estas plataformas. Por lo que, algunas investigaciones consensan que es conveniente administrar las páginas con ayuda de profesionales como *community managers* y mercadólogos.

Asimismo, se observa que los SRSs son positivos para las instituciones culturales que son desconocidas o que carecen de renombre, como también, para los creadores emergentes. Sin dejar de lado que estas virtudes también benefician a los autores y espacios con reconocidos. Además, permiten al artista tener control de lo que comunica, sin depender de mediadores, financiación o respaldo institucional. Por otro lado, en su mayoría las investigaciones coinciden que en estos espacios se crean redes de profesionales y comunidades, lo que multiplica el impacto y la atracción por los objetos artísticos. E igual, en ellas se generan colaboraciones entre artistas y otros agentes del arte. Se contempla que el artista

de estas plataformas es productor, distribuidor y vendedor de sí mismo, es decir, prosumidor.

Una desventaja, mayormente acordada, es la sobre carga de trabajo a razón de la elaboración de contenidos que el artista debe absorber para mantenerse vigente y activo en los sitios de redes sociales, lo que sacrifica tiempo que sería destinado para la producción artística

En menor convenio, la revisión de la literatura devela la hibridación del artista de este tiempo que radica entre el espacio físico y el espacio virtual; que usa medios, soportes y formatos tradicionales y digitales para la producción, puesta en común y distribución de sus prácticas artísticas. Entre las desventajas medianamente aludidas sobre el uso de sitios de redes sociales se repara en la privacidad, los derechos de autor y explotación, el plagio de obras y el robo de identidad. Para las instituciones culturales los inconvenientes son perder el control por la patente de sus colecciones, y la fragilidad de la curaduría que tiene que abatir las interpretaciones de la obra, en ocasiones erróneas, hechas por el público.

En cuanto a los sitios de redes sociales para la producción de arte, estas son herramientas para crear, así como fuente de inspiración para el *net.art* que retrata el modo en que interactúan los usuarios con estas plataformas, con una fuerte tendencia a la auto representación. Estas expresiones estéticas tienen originales infinitos y solo funcionan dentro de la *web* porque fuera de ella pierden significado. La legitimación de estas obras, y del artista que las crea, es cuestionada y desprestigiada por los especialistas. De acuerdo a los autores abocados al tema, la investigación de estas manifestaciones debe analizar las condiciones que permiten la construcción de las mismas.

En otro orden de ideas, para los artistas la prioridad inicial en redes sociales es conseguir seguidores, lo que asocian con una mayor probabilidad de comercialización y la activación de ventas.

Así también, algunas investigaciones consideran que el *Crowdfunding*, es el nuevo mecenas, gracias a que, con ello se da una segunda oportunidad a proyectos descartados o difíciles de realizar. A diferencia del modelo tradicional de la economía, en las redes sociales mayor oferta de contenidos provoca una mayor demanda.

Finalmente, sobre aquellas visiones particulares para el análisis de nuestro objeto de estudio y la generación del conocimiento: de los textos consultados, se concluye que los artistas más jóvenes se inclinan a compartir su trabajo en las redes sociales antes que construir desde cero su propia página *web*, mientras que los creadores consolidados prefieren usar a los SRSs para conectar con el espectador, y continuar exponiendo en museos y galerías. Los perfiles de artistas conectan con el público de manera más eficiente, pero las cuentas institucionales se perciben con un tono profesional. Los usuarios que son asiduos a estas redes son de dos tipos: admiradores del artista y su obra; y artífices en busca de los entresijos artísticos. Se ultima que los sitios de redes sociales permiten que las creaciones sean juzgadas por el gremio y por la masa, la cual legitima la obra sin necesidad de coincidir con los especialistas, lo que propicia que algunas personas se conviertan en artistas de un momento para otro.

CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

De acuerdo a lo comprendido por la filósofa Anne Cauquelin (2002), el arte podrá ser analizado como una estructura de sistemas en el que se internalizan prácticas conectadas en una red social.

Los conceptos que se leerán a continuación preparan el camino hacia un discurso sobre el arte entendido como un sistema que inicia en la cultura y que está enlazado por otros sistemas; cuyas prácticas en Internet pueden ser estudiadas y analizadas a partir de la lógica del estudio de las redes sociales.

3. 1. El arte entendido como un sistema

3. 1. 1. La cultura, un punto de donde partir

Para aprender sobre el concepto de cultura, en primer lugar, es necesario atender al antropólogo Edward Burnett Tylor (1920) quién es un referente de las teorías modernas sobre la cultura de finales del siglo XIX, esto según Kahn (1975), Keesing (2010) y Enguix (2012). De acuerdo con Tylor “la cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese complejo total que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (p. 1).

Con arreglo a Tylor (1920) la cultura es un total, “*on the whole*” (pp. 56-57), en el que se amalgaman los pensamientos, los deseos y las acciones que son regidos por las mismas leyes que gobiernan sobre las plantas y los animales; aunados a la voluntad humana que es libre de continuar y actuar sin causa. Un concepto en el que también son incluidas las tecnologías y los instrumentos.

El lingüista y antropólogo Roger Martin Keesing (2010) consideraba que el modelo evolucionista, aplicado a las construcciones culturales sobre fundamentos biológicos, permitía a los antropólogos ver que el diseño humano era algo inconcluso y que podía ser finiquitado y modificado a través del aprendizaje cultural;

no de una cultura homogénea, sino de comunidades humanas que desarrollan pautas culturales específicas en entornos ecológicos particulares.

Esta construcción del conocimiento, según percibe Keesing (2010), es característica de aquellas teorías que observan a la cultura como un sistema adaptativo; el caso contrario de este enfoque, son los sistemas ideacionales. Dentro de ambos sistemas, este lingüista abrevia la diversidad de conceptos modernos de la cultura centrándose en los puntos más relevantes que le permiten un análisis.

Los sistemas ideacionales que propone Keesing (2010), a su vez, están divididos en sistemas cognitivos, simbólicos y estructurales. Los cognitivistas americanos interpretan que la cultura no es un fenómeno material, sino que pertenece a la misma realidad que el lenguaje y los acontecimientos observables y que, por tanto, los símbolos competen a la mente y no a la actuación humana. Lo que es contrario al sistema simbólico, el cuál manifiesta que los símbolos y los significados son liberados por el cerebro y compartidos por la acción humana, y por los cuales, la cultura es creada y aprendida. En tercer lugar, los estructuralistas continentales consideran que la mente organiza la inteligencia donde se generan los dominios culturales: el mito, el arte, el parentesco y el lenguaje; pero que, la economía y las condiciones materiales no son capaces de explicar la realidad.

No obstante, Keesing (2010) admite que existen puntos en desacuerdo entre los teóricos al proponer el significado de la cultura, por tanto, el autor atiende a visibilizar las características que son similares entre dichas conjeturas, es decir, entre los sistemas ideacionales y adaptativos.

El sistema adaptativo del que habla Keesing (2010) juzga a la cultura como un proceso de adaptación que acontece dados los cambios sistémicos en la tecnología; las formas de organización económica; las pautas de asentamiento; el orden de la política, las creencias y las prácticas religiosas; así como en los elementos de agrupación social que están directamente ligados a la producción. Esta postura teórica considera también que “las culturas son sistemas (de pautas de conducta

socialmente transmitidas) que sirven para relacionar a las comunidades humanas con sus entornos ecológicos” (p. 18).

Una de las teorías que alimenta la epistemología de dicho sistema es la concedida por el antropólogo Marvin Harris. Al igual que la antropología moderna que propone Tylor (1920), el trabajo del antropólogo Marvin Harris no pretende ignorar la unión entre lo material (la civilización para Tylor) y las premisas filosóficas del hombre y su entorno espiritual, así Harris (2001) establece que los grupos sociales y sus relaciones mutuas son aspectos de la cultura y que, por tanto, la sociedad debe ser incluida en el discurso como un “grupo de personas que comparten un hábitat común y que dependen unos de otros para su supervivencia y bienestar” (p. 21).

Así, Harris se postula desde el enfoque teórico del materialismo cultural para referirse a la cultura como las pautas de conducta, costumbres y formas de vida de un grupo (1968), en otras palabras, es “el repertorio aprendido de pensamientos y acciones” (1994, p. 64), de “tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad. Incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar” (2001, pp. 19-20); que contribuyen a la continuidad de la población y su vida social, por lo que, resulta pertinente hablar de sistemas socioculturales para denotar la sumatoria de “una población, una sociedad y una cultura” (1994, p. 24).

Por lo mencionado, Harris (1994) identifica cuatro componentes universales de los sistemas socioculturales: infraestructura (modos de producción y reproducción, tecnologías y prácticas); estructura (entornos de organización económica doméstica y política); superestructura conductual (productos y servicios generados a partir del comportamiento); y superestructura mental (sistema de símbolos y significados).

En este sentido, tanto Tylor (1920) como Harris proclaman en sus definiciones que el arte es una forma más de la cultura. Para Harris (1994) el arte es un elemento de la superestructura conductual que es “dada la prominencia de los actos lingüísticos humanos y la importancia de los procesos simbólicos para la psique humana, [en la

que] se puede deducir la presencia universal de un comportamiento cuyos resultados son productos y servicios recreativos, [...] y estéticos” (p. 68), se constituye por el arte, la música, la danza, la literatura, la propaganda; los rituales; [...], los juegos, los pasatiempos y; la ciencia.

Así también, a reflexión de este autor (1994), en la superestructura mental las designaciones convencionales del arte son los símbolos, los mitos, los cánones y las filosofías estéticas, las epistemologías, las ideológicas, la magia, la religión y los tabúes; dados por los fines, categorías, reglas, planes, valores, filosofías y creencias sobre el comportamiento de carácter consciente o inconsciente que manifiestan los propios participantes o que el observador infiere por sí mismo” (p. 70). A juzgar por Harris “todas las sociedades humanas han de tener dispositivos culturales de índole conductual y mental para satisfacer las necesidades de la subsistencia [... aunque no exista un acuerdo] sobre cuántas subdivisiones de estas categorías deben reconocerse” (2001, p. 30) ni la jerarquía entre ellas.

Diferir entre cultura, sociedad y técnica, conforme reflexiona el filósofo y escritor Pierre Lévy (2007), solo puede suceder en un nivel conceptual; porque en los asuntos humanos se localizan de manera indisociable “personas vivas y pensantes; entidades materiales naturales y artificiales; e ideas y representaciones” (p. 6). En el análisis de Lévy, la investigación de la cultura no son problemas puramente culturales, técnicos o económicos, ya que, las relaciones verdaderas en el entorno humano no son deterministas y no puede pensarse que un fenómeno es la causa de un único dilema. El filósofo Manuel Medina (2007, en Lévy, 2007) alude al respecto que la cultura se trata de sistemas culturales o SSTC, los cuales son:

un gran complejo de redes de sistemas culturales entramados entre sí, es decir, que se solapan, comparten agentes, entornos y recursos culturales, interaccionan, se comunican y se transforman mutuamente. Cada sistema cultural se caracteriza por un colectivo de agentes y prácticas específicas en el contexto de un entramado de entornos socio-técnico-culturales

correspondientes a los diversos conjuntos de técnicas, artefactos y recursos que conforman dichas prácticas. (p. IX)

Dicho de otra manera, Medina (2007, en Lévy, 2007) considera que son conjuntos de sistemas culturales híbridos (no heterogéneos) que configuran la comunicación y la acción social e incluyen un sistema social, un sistema tecnológico y un sistema cultural donde prevalecen los entramados de distintos tipos de acciones, agentes, prácticas culturales y contextos o entornos que son de índole material, simbólico y organizativo. Cada uno de estos entornos equivale a la unión de todos los entornos de un mismo tipo u medio cultural (también material, simbólico y organizativo) “pertenecientes al conjunto de los sistemas culturales que integran la cultura en cuestión” (p. X).

Los conceptos arriba abordados, en conjunto, respaldan la idea de que la cultura es un híbrido de la conducta humana, su consecuente práctica y acción, en conjunción a los procesos mentales, es decir, acción y pensamiento. Son epitome del entorno ecológico y la voluntad humana para Tylor (1920), lo mismo Harris; cuya perspectiva asimila una estructura de agentes, lo que es un símil de un sistema. Una infraestructura que es tecnología y población; y una “supraestructura”, que son signos, símbolos y cultura. La cultura, por tanto, es aquello que se produce, algo que se posee y, lo que somos.

3. 1. 2. Sistema, un concepto para entender al todo

Hasta este punto de la lectura es posible establecer semejanzas en los conceptos de cultura antes mencionados: 1) la cultura es un todo [*“on the whole”* (Tylor, 1920)]; 2) que esta interconectado por componentes de origen mental y conductual; 3) que pertenecen a distintos entornos de la economía, la política, la sociedad, lo material o los símbolos, entre otros faltos por mencionar y que, por tanto, no hay un acuerdo sobre todos los elementos involucrados en este complejo. 4) Por lo anterior, como reflexionaremos adelante, la cultura puede ser comprendida a través de la lógica de los sistemas.

El biólogo Ludwig Von Bertalanffy (1989) invita tanto a las ciencias naturales como a los demás escaparates de la mirada científica, incluyendo las ciencias sociales, para usar su Teoría General de Sistemas (TGS). “Los grupos humanos, desde los más reducidos -amistades personales, familia- hasta los máximos -naciones y civilizaciones-, no son nada más fruto de «fuerzas» sociales [...] son parte de un universo creado por el hombre y que se llama cultura”; así, a las ciencias sociales les corresponde ocuparse de sistemas «socioculturales»” (p. 206).

Bertalanffy (1989) manifiesta que, “el hombre tiene valores que son más que biológicos” (p. 207), el universo cultural es un universo simbólico que parte del lenguaje hasta las relaciones simbólicas con sus semejantes y conducta humana (*status*, ley, ciencia, moral, arte); debido a lo cual, “los aspectos básicos de las necesidades biológicas del hambre y el sexo [por ejemplo], está gobernada por entidades simbólicas”. Es difícil pensar por ejemplo que, “la música tenga el menor valor adaptativo [y que se ajuste a un hábitat]” (p. 207); y aunque existan posturas que demuestran “lo obvio: que las culturas no son organismos como los animales o las plantas” (p. 212), en la cita de este autor “la evolución de la escultura griega, la pintura del Renacimiento o la música alemana no tiene nada que ver con el ajuste o la supervivencia, pues son de valor simbólico y no biológico. Pero ni siquiera la naturaleza viviente es en modo alguno meramente utilitaria” (p. 220), por estos motivos es posible un carácter metafórico al halar de aquello que muestre rasgos “organísmicos” y definirlos como un sistema.

La TGS que propone Bertalanffy (1989) sugiere que “un sistema puede ser definido como un conjunto de elementos interrelacionados entre sí y con el medio circundante” (p. 263) o, como un complejo de elementos que interactúan; la interacción significa que los elementos están en relaciones, de suerte que, el comportamiento de un elemento en una relación es diferente al comportamiento que tendría con otra relación. Si ambos comportamientos en estas relaciones no difieren, no hay interacción, y los elementos se comportan independientes con respecto a ambas relaciones; el caso de los sistemas cerrados.

Los sistemas, según observa Bertalanffy (1989), no son como antes se pensaba, un mero conglomerado de partes separadas con un enfoque mecanicista y determinista de la naturaleza; lo cierto es que, en el momento que uno de los elementos del sistema cambia, esta transformación tiene un efecto sobre los otros elementos e igual en el sistema. A fin de evitar fallos en el mismo, acontece el proceso de homeostasia “o mantenimiento del equilibrio” (p. 43), es decir, la autorregulación del sistema que, además, tiene a objetivo conservar o alcanzar una meta, es decir, la *equifinalidad* que es un estado final característico al que se puede llegar con “diferentes estados iniciales y por diferentes caminos, fundada en interacción dinámica en un sistema abierto” (p. 46) para alcanzar dicho propósito en común. Cabe añadir que los sistemas cerrados se basan en metas reversibles, lo que no es así, para los sistemas abiertos donde “el estado uniforme no es reversible ni en conjunto ni en muchas reacciones” (p. 129).

El complejo, explica Bertalanffy (1989), procura dicha armonía a través de leyes y fuerzas de organización cuyo pilar es la jerarquía de los elementos íntimamente ligada a la diferenciación, la evolución y la medición de la organización; así también, la retroalimentación de información sirve al mantenimiento homeostático de un estado característico basada en mecanismos para regular las acciones y desviaciones con respecto a la meta; lo que procura una entropía negativa o medida del orden, es decir, entre mayor información mejores decisiones puede tomar el sistema. El caso contrario es la entropía, una medida de probabilidad del desorden; “sin entropía, es decir, en un universo de procesos completamente reversibles, no habría diferencia entre pasado y futuro”, aunque, “las funciones de entropía no incluyen explícitamente el tiempo” (p. 157).

Al tratarse de un todo, las características de este complejo son constitutivas y sus elementos no están aislados, sino que dependen de las relaciones específicas que se dan dentro del complejo, de tal forma que, es necesario apelar por las relaciones e interacciones entre variables para comprenderlos (Bertalanffy, 1989). Existe una imbricación entre sistemas, los acontecimientos no solo solicitan relaciones con la

naturaleza, sino que implican en palabras de Bertalanffy “interrelaciones entre un gran número de variables”, es decir, “son en verdad problemas de sistemas” (p. XIV). Lo que supone una visión holista que aboga por totalidades complejas o entidades que son sistemas en todos los campos del conocimiento.

El arte puede entenderse como un sistema interconectado con otros sistemas, o subsistemas si se quiere ver así, los cuales juntos a los usos y las prácticas le dan sentido a su configuración; esta es la manera en cómo se abordará al grabado michoacano para esta investigación. Las razones dadas no son una lógica que deviene de la estética o la historia y de arte, sin embargo, es pertinente al momento de abordar al fenómeno como un complejo inserto en la cultura digital que, en consecuente, está en constante flujo de comunicación y conexión con diversos factores.

3. 1. 2. 1. Un complejo de varios sistemas

En función al apartado anterior, enunciaremos los tres sistemas que de acuerdo a Lévy (2007) constituyen el sistema cultural: a) el sistema social, b) el sistema tecnológico o técnico, y c) el sistema simbólico- cultural; así también incluimos d) el sistema económico que, como se ha leído en el primer capítulo forma parte de las prácticas que incurrir en el sistema del arte. Ello, como parte de los elementos contextuales que cobijan esta tesis y que servirán para nominar las características que ser observen en campo.

a) El sistema social

Desde el enfoque de Parsons (1966) un sistema social consiste:

en una pluralidad de actores individuales que interactúan entre sí en una situación que tiene, al menos, un aspecto físico o de medio ambiente, actores motivados por una tendencia a «obtener un óptimo de gratificación» y cuyas relaciones con sus situaciones —incluyendo a los demás actores— están mediadas y definidas por un sistema de símbolos culturalmente estructurados y compartidos. (p. 7)

Concorde a lo propuesto por Medina (2007, en Lévy, 2007), los sistemas sociales son “diversos colectivos de agentes y prácticas junto con sus respectivos sistemas [...] de organización e interacción” (p. XII) dónde se incluyen “la multiplicidad de sus entornos organizativos, es decir, las formas y sistemas de organización que los articulan: desde comunidades [...], asociaciones, universidades, centros de investigación y empresas hasta instituciones, sociedades, corporaciones multinacionales, administraciones, organismos gubernamentales, organizaciones internacionales, etc” (p. XI); el autor añade a este concepto que “los agentes de sistemas sociales y culturales particulares pueden llegar a rediseñar y reconfigurar, tanto técnica como interpretativa y organizativamente, los nuevos sistemas científicos y tecnológicos mediante sus prácticas como agentes y usuarios conscientes y competentes de dichos sistemas” (p. XVII).

En complemento a lo ya mencionado, la definición de sistemas sociales acuñada por el sociólogo Talcott Parsons (1966) es una formulación de la teoría sociológica general que, en sus palabras “se centra en los fenómenos de la institucionalización de las pautas de orientación de valor en los roles” (p. 3); por tanto, “el punto de partida fundamental es el concepto de los sistemas sociales de acción. En este sentido, la interacción de los actores individuales tiene lugar en condiciones tales que es posible considerar ese proceso de interacción como un sistema” (p. 6). De tal manera que:

La «acción» es un proceso en el sistema actor-situación que tiene significación motivacional para el actor individual o, en el caso de una colectividad, para sus componentes individuales. Esto quiere decir que la orientación de los procesos de acción correspondientes se relaciona con el logro de gratificaciones o evitación de privaciones del actor relevante, cualesquiera que estas sean a la luz de las estructuras relevantes de la personalidad. Solo en la medida que esta relación con la situación sea motivacionalmente relevante será considerada, en esta obra, como acción en sentido técnico. (Parsons, 1966, p.7)

b) El sistema tecnológico

Medina (2007, en Lévy, 2007) alude que, los sistemas tecnológicos son “las técnicas, los artefactos y los entornos materiales” (p. VII) y dentro de ellos caben las “interacciones de los individuos y los artefactos técnicos” (p. XI). “La relevancia decisiva de los entornos materiales no implica ningún tipo de determinismo tecnológico [,] sino que dichos entornos representan la <<condición de la posibilidad>> de los sistemas culturales correspondientes” (P.VIII).

Los sistemas tecnológicos, como continúa Medina (2007, en Lévy, 2007) no “se pueden considerar autónomos y cerrados a toda interacción con otros sistemas culturales y sociales, ni los impactos de los nuevos sistemas tecnológicos sobre el desarrollo cultural y social se producen conforme a leyes deterministas sino como interacciones entre SSTC” (p. XIV). Si bien, “es evidente que los impactos de la estabilización y la implantación de nuevos sistemas tecnológicos dan lugar a transformaciones y reconfiguraciones de prácticas, entornos, sistemas y medios socio-técnico-culturales” (pp. XIX-X), “también hay claras evidencias de los impactos en el otro sentido” (p. XV), es decir, que los sistemas social y cultural también pueden “configurar decisivamente” los sistemas tecnológicos.

Para el sociólogo Neil Postman (1993) los cambios tecnológicos no son ni sumas ni restas en el entorno, son en realidad modificaciones ecológicas; “«ecológico» en el mismo sentido en que utilizan el término los científicos ambientales”. Si eliminamos un elemento de un hábitat, el resultado no sería el mismo hábitat sin ese componente, sino un nuevo medio ambiente, cuyas condiciones de supervivencia se han reconstituido; lo mismo, si añadimos una gota de tinta a una cubeta de agua, el cambio generado sería total. “Así es como funciona la tecnología de los medios de comunicación. Una nueva tecnología no añade ni quita nada. Lo cambia todo” (p. 18).

Cabe agregar a lo mencionado, en acuerdo a Postman (1993) que, “alrededor de cada tecnología hay instituciones cuya organización —por no decir su razón de

ser— refleja la visión del mundo promovida por ella,” de tal forma que, cuando “una tecnología antigua se ve asaltada por una nueva, las instituciones se vean amenazadas”; en consecuencia, los medios inician una competencia “feroz” y una cultura entra en crisis (p. 18). Sobre esto, el filósofo Marshall McLuhan (1994) afirma que, “una de las causas de ruptura más comunes en cualquier sistema es la fertilización cruzada con otro sistema, como ocurrió con la imprenta al aparecer las imprentas de vapor” (p. 59).

La diferencia, según Lévy (2007), cabe en que la tecnología condiciona y no determina, lo que significa que, permite algunas oportunidades en su contexto para posibilitar ciertas opciones culturales o sociales; así la prensa de Gutenberg no fue la determinante de la ascensión de los ideales del siglo de las luces, o el estribo del feudalismo, ambas tecnologías simplemente los condicionaron. Como cita McLuhan (1994) “El ferrocarril no introdujo en la sociedad [...] el movimiento ni el transporte, ni la rueda, ni las carreteras, sino que aceleró y amplió la escala de las anteriores funciones [...], creando tipos de ciudades, trabajo y ocio totalmente nuevos” (p. 30).

c) El sistema simbólico-cultural

Referente a lo señalado por Medina (2007, en Lévy, 2007), los sistemas simbólicos culturales comprenden “entornos simbólicos interpretativos que se refieren a los significados, las interpretaciones, las representaciones, los conocimientos” (p. X), las “teorías, representaciones, [...], objetivos, valores” (p. XII) y “legitimaciones” (p. XI); así como también a “medios culturales simbólicos (como los directamente relacionados con la información, la comunicación, el conocimiento o la educación)” (p. XVII). De acuerdo con Lévy (2007) la cultura “no se reduce a los componentes de carácter simbólico [...] sino que integra, como un factor fundamental, las técnicas, los artefactos y los entornos materiales” (p. VII).

Parsons (1966, en Harris, 1994) indica que “los sistemas culturales pueden considerarse, por un lado, como un producto de la acción y por otro, como un elemento condicionante de ésta” (p. 307); al respecto, el autor atribuye que: la

cultura es transmitida; constituye una herencia o una tradición social; [...], la cultura es aprendida; no es una manifestación, como contenido particular, de la constitución genética del hombre; y [...], la cultura es compartida. En este sentido, la cultura es, de una parte, un producto de los sistemas de interacción social humana y, de otra, un determinante de esos sistemas” (p. 13).

El criterio de transmisibilidad, como continua Parsons (1966), distingue “la cultura respecto del sistema social, porque la cultura puede ser difundida desde un sistema social a otro” (p. 13). No obstante, “las personalidades y los sistemas sociales son tipos de sistema empírico de acción en los que los elementos o componentes culturales y motivacionales se combinan, y son, por ello en un cierto sentido, paralelos entre sí” (p. 14); de tal manera que, “todos los actores individuales en el sistema social puedan encontrarse adecuadamente motivados para conformarse completamente con los criterios culturales” (p. 15). según define el autor “la base de integración de un sistema cultural [en los otros sistemas] es una consistencia de pauta” (p. 14), “esta norma de integración [...] solo puede ser percibida aproximadamente, a causa de las tensiones que surgen de los imperativos de interdependencia con los elementos motivacionales y situación de la acción concreta” (p. 13).

Por otro lado, la simbolización respecto a Parsons (1966), “no puede surgir o funcionar sin la interacción de los actores, [...] el actor individual solo puede adquirir sistemas simbólicos mediante la interacción con objetos sociales” (p. 10). Como expone el autor:

cuando existe interacción social, los signos y los símbolos adquieren significados comunes y sirven de medios de comunicación entre los actores. Cuando han surgido sistemas simbólicos que sirven de medio para la comunicación se puede hablar de los principios de una «cultura», la cual entra a ser parte de los sistemas de acción de los actores relevantes. (p. 7)

Según Parsons “ejemplos de esos sistemas simbólicos son, desde luego, empíricamente conocidos, como en un tratado filosófico o una obra de arte”, así también “la consistencia lógica de un sistema cognitivo”, en “los estilos artísticos y los sistemas de orientación de valor” (p. 13).

d) El sistema económico

Una de las definiciones académicas que podemos encontrar sobre el sistema económico es la dada por el investigador de la Universidad Autónoma de México José Silvestre Méndez Morales (2009), el cual define a este sistema como la realidad económica o modo de producción y forma de “organización que cada sociedad asume históricamente para satisfacer sus necesidades”.

La economía en su sentido más amplio, como argumenta Harris (2001), “se refiere a las actividades con las que una sociedad se abastece de bienes y servicios” (p. 150) y su estructura surge de “la existencia de necesidades humanas que plantean problemas económicos básicos”, los cuales se resuelven a través de actividades que provienen de factores productivos (Méndez, p. 10). “En efecto, los modos específicos de aumentar la productividad definen la estructura y dinámica de un sistema económico determinado” (Castells, 2000, p.). Sobre lo anterior, Harris (2001) afirma que “la producción es una consecuencia de la aplicación de la tecnología y el trabajo humano a los recursos naturales” (p. 98) y sus modos, conforme a este autor (1994), son la “tecnología y prácticas empleadas para desarrollar o limitar la producción de subsistencia básica.

De acuerdo con Bertalanffy (1989), en algunos campos de la tecnología o de la comunicación los valores económicos expresados “pesos o dólares”, no son muy aceptables. En tales casos, la información es consentida como la moneda de cambio, así como la energía es el tipo de cambio de la física. En palabras de McLuhan (1994) “todos los tipos de riqueza resultan de movimientos de información” (p. 79). Así también, este autor, considera que los medios tecnológicos son materias primas o recursos naturales, por ejemplo, una organización social que depende de

pocos medios de comunicación produce inestabilidad económica, lo mismo que, una sociedad sostenida de una o dos materias primas.

A decir de lo anterior, en la visión de la filósofa en estética Ann Cauquelin (2002) el sistema del arte no es puramente económico; puesto que, las determinaciones del mercado, la oferta y la demanda no tienen un efecto directo en la obra, sino que, en él tienen cabida diversos agentes. En lugar de un consumo clásico, está presente un mercado ligado a la comunicación.

Con arreglo a las aportaciones dadas por el sociólogo en economía Manuel Castells (2000) un nuevo sistema económico surge a partir del siglo XX; esta reciente economía es impulsada por Internet y las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, que es sumamente dinámico, selectivo y excluyente y que, se caracteriza por fronteras inestables con “redes de capital, producción y comercio [que] son capaces de identificar fuentes de creación de valor en cualquier lugar del mundo y de conectarlas a esas redes” (s.p.), es decir, no sólo el trabajo altamente cualificado salta las barreras habituales de las normas de migración, salarios y condiciones de trabajo, sino que, a través de estas redes hay una demanda excepcional en todo el mundo de trabajadores profesionales de alto nivel, artistas, diseñadores, actores, estrellas del deporte, etcétera; en otras palabras, de acuerdo al autor, acontece un proceso de globalización del trabajo especializado dónde la productividad y la competencia se generan y desarrollan en una red empresarial global de interacción.

La estructura de este nuevo sistema económico menciona Castells (2000), comparte la lógica del sistema industrial: la tecnología, el conocimiento y el procesamiento de la información como elementos cruciales del crecimiento. Pero son diferentes porque el viejo orden capitalista concentra la mayor parte de la producción, el empleo y las empresas en lo local y lo regional, a diferencia de las actuales economías del mundo que “dependen del rendimiento de su núcleo globalizado” y que, afectan “de forma directa o indirecta, a los medios de vida de toda la humanidad”. El nuevo sistema económico es global y no planetario, ya que,

no “abarca todos los procesos económicos del planeta, no incluye todos los territorios y no incluye el trabajo de todas las personas.” Por tanto, este autor define que la economía global es una “economía cuyos componentes nucleares tienen la capacidad institucional, organizativa y tecnológica de funcionar como una unidad en tiempo real, o en un tiempo establecido, a escala planetaria” (s.p.):

Las nuevas tecnologías de la información, al transformar los procesos del procesamiento de la información, actúan en todos los dominios de la actividad humana y hacen posible establecer conexiones infinitas entre éstos, así como entre los elementos y agentes de tales actividades. Surge una economía interconectada y profundamente interdependiente que cada vez es más capaz de aplicar su progreso en tecnología, conocimiento y gestión a la tecnología. (s.p.)

3. 2. La red une a los sistemas

Si bien, los sistemas son un punto de partida para contextualizar al arte, la red se convierte en el *leitmotiv* de este proyecto de investigación, dentro de la cual es posible apreciar las prácticas que gestan los grabadores michoacanos.

El problema, en acuerdo a lo manifestado por el sociólogo Duncan J. Watts (2006), “es que, si bien el todo está formado por partes, es, en cambio, más que su simple suma. Más bien, las partes interactúan unas con otras, y al interactuar, incluso cuando se trata de componentes relativamente sencillos, pueden generar” “una complejidad muy superior a la que los individuos presentan y, a veces, una muy inferior” (pp. 9-10).

Al ser tan variadas las pautas de interacción entre individuos en un complejo, este autor se cuestiona ¿Cuál debe ser el centro de atención en un sistema? de acuerdo con Watts (2006) aunque no existe una respuesta acertada, una pista de cómo abordar tal disyuntiva cabe en la ciencia de las redes. A decir de esto, este sociólogo precisa que la red “reducida a lo básico, [...] es sólo una colección de objetos relacionados de un cierto modo entre sí” (p. 10); sin embargo, su importancia estriba

no tanto en las relaciones entre los componentes, sino en que dichas interacciones afectan tanto al “comportamiento individual como al comportamiento del sistema como un todo” (p. 11), es decir, son autoconstituyentes porque se hallan en constante evolución.

La red, en el juicio del sociotecnólogo Martín Parselis (2018), es una propiedad del sistema que une nodos, que “son parte de los procesos y tienen contenido”; los enlaces entre nodos acontecen con respecto a los recursos de un entorno y a las relaciones de producción y uso. “La explotación concreta de un recurso natural, por ejemplo, es un nodo, como lo es una planta de producción”, así también, el consumo y los usuarios, entre muchos otros “nodos heterogéneos” (p. 281) que circulan materia e información por el entramado de la red hacia otros nodos.

Cauquelin (2002) manifiesta que la infinidad de puntos y de nodos es virtualmente la red total, y cada elemento es constitutivo de la misma. Dicha autora define a la red, en términos de la comunicación, como:

conexiones multipolares, al cual puede conectarse un número indefinido de entradas, y en el que cada punto de la red general puede servir como punto de partida para otras microrredes. Es decir, que el conjunto puede extenderse. En este conjunto importa poco la manera como se efectúe la entrada. (p.42)

Para Cauquelin (2002), estar en una red significa tener acceso a todos los puntos del conjunto, es una conexión que asemeja a la sinapsis en el sistema nervioso [sin actividad, no hay sinapsis]: cada punto al interior es multipolar, está descentralizado y puede enlazar con un número indefinido de entradas. Su estructura borra a los sujetos, no así, las conexiones o interacciones entre ellos, es decir, hace más evidente al conjunto de nodos que al individuo; por tanto, el autor de la información es la meta-red, es decir, las redes interconectadas “que se organizan a sí mismas y que repercuten unas en otras” (p. 43).

Sobre lo anterior, Cauquelin (2002) enfatiza que no importa el origen de la información, sino el movimiento o la interactividad, la cual, tiene como finalidad “establecer una relación entre dos ‘sujetos’ en un diálogo que se supone enriquecedor, y que generalmente es bien visto como un aspecto benéfico de la comunicación, en la interpretación [...] socializadora de la red” (p.42).

Las características a resaltar respecto a las redes, de acuerdo a Watts (2006) son que: 1) estas son representadas por poblaciones de componentes individuales; 2) que producen, generan o hacen algo, e incluso toman decisiones; 3) así también, son objetos dinámicos porque “evolucionan y cambian con el tiempo, impulsadas por las actividades o las decisiones de aquellos mismos componentes”; 4) de tal modo que, “dependen de lo que ha sucedido previamente”. “En la era de la conectividad, por tanto, aquello que sucede y el modo en que lo hace depende de la red” (p. 11).

En relación a esto último, Castells (2001) aludiría que “las redes [...] han cobrado nueva vida, al convertirse en redes de información, impulsadas por Internet” y las tecnologías de la información y la comunicación de base informática. La injerencia de estas tecnologías en ellas las convirtió en herramientas organizativas debido a la flexibilidad y adaptabilidad que adquirieron, lo que, les permitió la coordinación de tareas y toma de decisiones, la gestión de la complejidad “y ejecución descentralizada, de expresión individualizada y comunicación global y horizontal” (p. 15). Referente a este mismo autor (2000), estas redes de la comunicación determinan las fuentes de creación que tienen valor, y también las que no, por lo que, permiten identificar estos significados y conectarlos a esas redes.

3. 2. 1. El complejo, un lugar vinculado por redes sociales

Con respecto a las redes, son las redes sociales las que toman relevancia sobre los estudios de la conducta humana y sus flujos de comunicación e interconexión dentro del complejo. La doctora en comunicación e información Raquel Recuero (2008) define que las redes sociales son una “metáfora para observar los patrones de

conexión de un grupo social, a partir de las conexiones que se establecen entre los diferentes actores” (p. 24). Por lo que, ella observa que son dos elementos los que le componen: los actores, que pueden ser tanto personas como instituciones; y las conexiones que estos generan.

Con arreglo a esta autora, un actor debe ser entendido como un nodo (o nodos) que es parte de un sistema y cuya función es moldear las estructuras sociales, ello, a través de la interacción con otros nodos y la conformación de lazos o vínculos sociales. El segundo elemento en toda red, a razón de lo mencionado por Recuero, son las conexiones que “están formadas por lazos sociales, los cuales, a su vez, se forman a través de la interacción social entre los actores” y sus relaciones. [...Cabe agregar que es] “su variación la que altera las estructuras de los grupos” (p. 30) que se forman dentro de las redes.

Las interacciones, a juicio de Recuero (2008) dependen de la reacción de los otros y se coordinan por medio de una acción comunicativa entre los individuos y sus pares, como reflejo social perenne; “por tanto, estudiar la interacción social comprende estudiar la comunicación entre los actores. [...] las relaciones entre sus intercambios de mensajes y su significado” (p. 31). Cabe agregar, en concordancia a lo mencionado por Watts que, son las interacciones entre pares o iguales “lo que mueve los acontecimientos en una multitud de sistemas” (p 29). Las relaciones sociales, continuando con Recuero (2008) se consideran la unidad básica para el análisis en una red social, siempre implican “muchas interacciones” y “funcionan para construir lazos” (p. 37); así, el tipo de relación que exista entre nodos dependerá del contenido que es intercambiado a través de los mensajes. Su propósito no siempre es la construcción o solución de algo, dado que, también puede comprender acciones conflictivas que debiliten la fuerza del lazo social forjado.

De acuerdo con Recuero (2008), además de las interacciones y las relaciones, son los lazos y el capital social otros dos elementos más que estructuran las conexiones, en ese sentido, ella menciona que los lazos sociales se tratan de “la conexión

efectiva entre los actores que participan en las interacciones”, “en una o más relaciones específicas, como proximidad, contacto frecuente, flujos de información, conflicto o apoyo emocional. La interconexión de estos lazos canaliza los recursos hacia ubicaciones específicas en la estructura”; y sus patrones, organizan los sistemas sociales de intercambio, control, dependencia, cooperación y desacuerdo.

Los lazos sociales, según Recuero (2008), son aquellos formados por las relaciones entre actores que suceden en consecuencia a la interacción de los nodos en la red; se reconocen dos tipos de lazos sociales: los fuertes y los débiles. En palabras de la autora, los primeros “son aquellos que se caracterizan por la intimidad, proximidad e intencionalidad en la creación y mantenimiento de una conexión entre dos personas. [...En cambio, los segundos se reconocen porque son] relaciones escasas, que no se traducen [...en] intimidad” (p. 41).

A reserva de lo que pudiera pensarse, conforme a Watts (2006), la coordinación social efectiva no proviene de los vínculos más interconexos, sino de los lazos débiles que son ocasionales, es decir, los nodos “que no se conocen uno a otro o que no tienen mucho en común”, esto se debe a que nuestros conocidos están expuestos a una información similar que nosotros y generalmente pertenecen a los mismos grupos, lo que, no permite a los actores dar un salto a un nuevo entorno, a declarar de esto, “son los conocidos casuales quienes nos resultan útiles porque nos pueden facilitar información que de otro modo nunca recibiríamos” (p. 26). Como analiza este autor, cuando practicamos cosas que provienen de nuestras preferencias o características intrínsecas, podemos conocer nuevas cosas que no tienen relación con nuestras viejas amistades.

El último componente relacionado con las conexiones en red para Recuero (2008) es el capital social: un “indicativo de la conexión entre pares de individuos en una red social” (p. 44) que “se refiere a un valor constituido a partir de las interacciones entre actores sociales” (p. 45).

Como analizan los sociólogos en economía Sonia Bertolini y Giangiacomo Bravo (2001) se hace preciso observar al capital social (CS) por sus partes separadas. Para tal caso, la propuesta de los autores insta en integrar al concepto los diferentes aspectos del capital social que son cinco categorías: "(1) Relacional, (2) Normativo, (3) Cognitivo, (4) Confiabilidad del entorno social, [e] (5) Institucional"⁹ (p. 3).

El primer término, de acuerdo con Bertolini y Bravo (2001), explica las conexiones entre relaciones, la estabilidad y el valor del contenido de intercambio, así como los vínculos del individuo con su contexto de referencia; la categoría normativa se trata de las reglas de comportamiento, más los valores que son transmisibles, que son un beneficio a largo plazo de la acción colectiva y que, son componentes de la percepción individual de los costos y los beneficios; el tercer aspecto, lo cognitivo son el conocimiento que es compartido y los métodos para aumentar el conocimiento o para la solución de problemas, así como, el intercambio de significados comunes para evitar la ambigüedad entre símbolos; la confiabilidad del entorno social analiza la confianza general hacia el comportamiento de los individuos del sistema; por último el quinto aspecto hace referencia a la capacidad que tienen los grupo e individuos de usar el capital social para un bien común, lo que les permite crear institución entre ellos.

A propósito de esto último, como declara Watts (2006), una de las características de las redes sociales son la creación de grupos basados en "la experiencia, el lugar, los intereses compartidos por sus miembros, y se unen entre ellos por los recubrimientos que se crean cuando los individuos que figuran en un grupo también pertenecen a otros grupos" (p. 19).

Relativo a lo anterior, Bertolini y Bravo (2001) manifiestan que, se trata de analizar el uso que se hace del CS con relación a favorecer a un solo actor o a un grupo más grande en un primer nivel de interpretación y; en un segundo nivel distinguir como

⁹ En el texto original se lee "(1) Relational, (2) Normative, (3) Cognitive, (4) Trustworthiness of social environment, (5) Institutional" (p. 3).

el uso de dicho CS tiene la propiedad de modificar los elementos que la componen en beneficio del colectivo.

Las redes sociales, según reflexiona Watts (2006), conllevan movimiento, una dinámica donde se forjan continuamente nuevas relaciones y se abandonan antiguas y, por tanto, su evolución está impulsada por el equilibrio de la estructura y el reforzamiento de los grupos ya existentes; en contra de sus acciones y decisiones por incluirse en nuevas esferas sociales. De tal manera que las relaciones potenciales dependen en cierta medida de los lazos ya creados.

3. 3. El ciberespacio dibuja nuevas estructuras en el complejo

Las ciencias sociales atestiguan las transformaciones que trae consigo el Internet y las tecnologías de la información y la comunicación de su tiempo. Lo que causa entre teóricos y escritores revuelo y una meta en común: explicar dichos fenómenos.

Castells (2000), por ejemplo, en el primer tomo de *La era de la información* mencionaría la palabra futuro setenta veces, y hablaría de nuevos modelos y estructuras; así también dedicaría cuartillas en sus libros para narrar sobre la historia del ciberespacio en el temprano contexto de 1997. Postman, también, en 1993 daba cuenta de los peligros de la “Tecnópolis”, incluidas las tecnologías como el computador digital, esto sin tener una bola de cristal que le profetizara el caso de *Cambridge Analytica*.

Ellos, al lado de otros investigadores pioneros, sin embargo, en su momento, desconocían el peso real de los sitios de redes sociales como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, así como otros fenómenos que traía consigo la red de redes. No fue hasta el cambio de milenio que, según menciona José Van Dijck (2016), la *web 2.0* y sus medios se caracterizaron como conductores en servicios aplicados para conectar a las personas y fomentar en ellas interacción y sociabilidad.

La cultura digital se estructura en un nuevo espacio imbricado por la tecnología, la cultura y la sociedad; en dónde existen y se desarrollan diversas prácticas, usos, procesos, objetos, actitudes, modos de pensamiento y valores. No está basada en

territorios, sino en la existencia de redes que contienen un oceánico universo de información y contenido simbólico; técnicas materiales e intelectuales como TIC, *gadgets*, plataformas y sitios de redes sociales; medios de comunicación; y usuarios que se interconectan globalmente e incluso asincrónicamente por este espacio, que lo alimentan y que, también lo apropian. (Lévy, 2007, Echeverría, 2009, y Rivera, 2014)

Internet, como así interpreta Castells (2001), es una tecnología de comunicación global ya que, “las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio” (p. 17) de ella, por tanto, es susceptible de sufrir modificaciones debidas a la acción humana y al uso social dado, en una realidad y condiciones específicas de la historia; el Internet y la red son maleables, pero también pueden “producir toda una gama de consecuencias sociales que no deben ser proclamadas de antemano” (p. 19), sino que deben ser estudiadas a partir de la observación de las prácticas.

La cultura digital, en Lévy (2007), es entendida como cibercultura y es “el conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” o también llamada red; la cuál de acuerdo con este autor es “medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores. [...] designa [...] la infraestructura material de la comunicación [...] el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan” (p. 1).

Con respecto a la lógica de Javier Echeverría (2009) “la cultura digital, [o tercer entorno] cuyos objetos, procesos y resultados tienen la peculiaridad de existir y desarrollarse en red, a diferencia de las culturas tradicionales, que han solido estar marcadas por la impronta de la territorialidad” (p. 561). Su estructura topológica no “está basada en territorios y recintos yuxtapuestos y vecinos, con su interior, frontera y exterior, sino en la existencia de redes abiertas y diseminadas en las que se desarrollan las diversas actividades culturales” (p. 561). A partir del concepto de red

de Manuel Castells, Echeverría propone su propia definición de la cultura digital y menciona:

La nuestra es una sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales. Esta estructura social propia de este momento histórico es el resultado de la interacción entre el paradigma tecnológico emergente basado en la revolución digital y determinados cambios socioculturales de gran calado. (p. 12)

Para Echeverría (2009), hablar de ciberespacio y cibercultura no parece apropiado “para designar esta nueva modalidad de cultura: a distancia, en red y asincrónica” (p. 561), dado que está no solo ocurre en Internet, sino también a través:

de un sistema tecnológico que incluye las redes telemáticas, la telefonía móvil, la imagen y el sonido digital (televisión, radio, fotografía, vídeos, cine digitalizado, etc.), los videojuegos, el dinero electrónico, las simulaciones informáticas, la realidad virtual, los satélites de telecomunicaciones y la memoria digital. (p. 560)

Sobre la Cultura digital Sergio Rivera Magos (2014) menciona que esta no debe ser entendida “sólo como el resultado del uso extendido de las TIC, sino también de la apropiación, por parte de los usuarios, del contenido simbólico que estas generan. Por tanto, la cultura digital no es sólo el dominio técnico de gadgets, plataformas y redes sociales, es sobre todo la imbricación entre tecnología, cultura y sociedad” (p. 7).

En suma, los elementos que componen este nuevo contexto convergen, como mencionaría Castells no para suplantarse a la sociedad o disolver a las sociedades (en Jimeno, s.f.). Lo que está ante nosotros es un fenómeno que se observa a través de los usos y las apropiaciones de la tecnología, pero cuya explicación holista debe contener también aquellos factores que integran la cultura no digital, es decir,

aquellos otros sistemas que imbrican los entornos técnicos, según invita Magos a comprender. De acuerdo con Castells (2000), no han cambiado las actividades humanas, sino su talento para utilizar la tecnología con un fin productivo que sea directo, así como también, su capacidad para procesar los símbolos.

3. 3. 1. El comportamiento de los actores y las conexiones en la red de redes

Lo anterior queda de precedente para explicar que las redes sociales existían mucho antes que *Facebook* o *Instagram*, sólo por aludir a las más mencionadas. Pese a ello, las conexiones (incluidas las interacciones, relaciones, lazos y el capital social) y los actores mediados por estas tecnologías digitales presentan algunas particulares diferentes a las mostradas en el anterior apartado.

En el contexto del ciberespacio, y debido a la distancia entre interacciones, según reconoce Recuero (2008) los nodos son representaciones de actores sociales, es decir, el autoconstrucción del yo, de la identidad a partir de la edificación de la locación digital, que puede representar un solo actor o todo un grupo [en este caso, *Instagram* también puede ser un nodo].

De acuerdo a esta autora, “entender cómo los actores construyen estos espacios de expresión también es fundamental para comprender cómo se establecen las conexiones”; ya que, para existir en estas redes es necesario dejar una huella del yo, así como “poner caras, [palabras e] información que genere individualidad y empatía” (p. 27); dichas expresiones, que serán legitimadas por los grupos sociales, servirán para estructurar la comunicación y la percepción de los otros hacia el individuo.

Por otra parte, conforme analiza Recuero (2008), un aspecto de las conexiones que se ha modificado a raíz del ciberespacio son los procesos de interacción: se observa la ausencia de pistas del lenguaje no verbal y de un contexto que permita interpretar las acciones comunicativas entre actores; así también, a diferencia de la red social *offline* no es necesario que los usuarios interactúen para que las conexiones se mantengan, lo cierto es que estas no pierden fuerza con el tiempo; además, las

herramientas posibilitan nuevas formas interactivas sincrónicas y asincrónicas; que pueden ser, como clasifica Primo (2003, en Recuero, 2008) mutuas e interdependientes para la construcción inventiva y cooperativa de las relaciones, o reactivas, que son determinadas por los estímulos.

De igual forma, según continua Recuero (2008), a consecuencia de las tecnologías mediadoras y de la distancia entre actores las relaciones se transformaron, lo que, provocó la creación y destrucción de nexos sin dificultad; e igual, mayor libertad comunicativa a propósito del anonimato que minimizo barreras relacionales como la sexualidad, el color y las discapacidades físicas. Esto, conforme Castells (2000), favorece la discusión desinhibida y sincera, aunque, una comunicación dependiente de las palabras aumenta la tasa de mortalidad de las amistades, porque, una frase usada incorrectamente puede sancionarse con la desconexión entre nodos.

En cuanto a los lazos sociales, Castells (2000) identifica que la red permite forjar vínculos débiles con extraños en un nivel de interacción igualitario, lo que, facilita a los actores acceder a nodos con diferentes características sociales, muy diversificados y especializados, inclusive reciprocas; ampliando la dinámica social más allá de las fronteras ya definidas.

Así el acceso a otras redes, interacción entre sistemas, y grupos distintos a los establecidos por la geografía, como observa Recuero (2008), resulta en el posible acceso a diferentes capitales. E igual, las herramientas de las redes digitales junto a la mediación informática son formas de participación de un nuevo capital social que se está fraguando en Internet.

3. 3. 2. Los sitios en el ciberespacio para las redes sociales

En los entornos digitales para la socialización, los seres humanos cubren la necesidad de hacer redes sociales, por ello, no es de sorprender que en el contexto del ciberespacio su presencia va más allá, con la creación de sitios *web* especializados para dichas propiedades de los sistemas.

De acuerdo con Castells (2000), las redes sociales se tratan de lugares especializados que sirven para unir grupos *online* a través de intereses y valores compartidos que, al ser extensas sirven para ayudar a ampliar los lazos sociales entre personas que se conocen entre sí y que provienen de lazos fuertes, o para que los lazos débiles se perciban entre ellos. Al principio, cuando este autor propuso la teoría de la sociedad red definió esa trama de actores como comunidades virtuales, concepto que reemplazaría por el término de redes sociales al considerar que las comunidades solo son parte de una red social más grande que las contiene.

Como visibiliza Recuero (2008), no deben confundirse como homólogos los sitios de redes sociales y las redes sociales: “los sitios de redes sociales actúan como un soporte para las interacciones que constituirán las redes sociales, no son, en sí mismas, redes sociales” (p. 103) su propósito es generar perfil y un espacio específico para publicitar conexiones entre individuos, lo que les permite expandirse; “toda interacción está, por lo tanto, enfocada en publicitar estas redes” (p. 104).

La red social dentro de un sitio *web*, como menciona esta autora, aparece en consecuencia al uso e interacción dentro del sitio, a las comunidades u estructura que permite la sociabilidad en Internet, por las conexiones rastreables entre actores, los lazos y las relaciones que, pueden ser medidas o valoradas a través del capital social; todo ello conjugado en el espacio o territorio virtual.

Al principio en Internet, de acuerdo con Van Dijck (2016), los medios sociales “se ofrecieron como intermediarias para la transmisión de datos de comunicación y de información” (p. 13), sin embargo, con los años y a medida que la *web* fue sufriendo varios cambios en su estructura, el propósito de los medios sociales fue cambiando, y así, pasaron a transformarse en espacios comunitarios con una alta conectividad para facilitar las actividades en red. El ecosistema *online*, en el que se encuentran incrustados, con respecto a esta autora, es una estructura mayor que incorpora los contextos económico, político y sociocultural, por lo que, cada modificación dentro del mismo repercute en los demás componentes del complejo. Por tanto, desde este

enfoque de pensamiento, los medios sociales son entendidos como “sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan [...] conexiones” (p. 17).

A su vez, conforme a Van Dijck (2016), los principales medios sociales en internet pueden clasificarse en: 1) los sitios de red social (SRSs), los cuales dan prioridad al contacto interpersonal y forjan conexiones personales, profesionales o geográficas, como *Facebook*; 2) los sitios de contenido generado por los usuarios que, son “herramientas creativas que ponen en primer plano la actividad cultural y promueven el intercambio de contenido amateur o profesional, como *YouTube*; 3) los sitios de mercadotecnia y comercialización, cuyo objetivo es el intercambio y venta de productos como, *Amazon*; 4) los sitios de juego y entretenimiento.

Las redes sociales, para Castells (2000), se tratan de lugares especializados que sirven para unir grupos *online* a través de intereses y valores compartidos, que además son extensas, por lo que, sirven para ayudar a ampliar los lazos sociales entre personas que se conocen entre sí.

Como menciona Recuero (2008) la atención no está puesta en la tecnología, que vale decir, en ocasiones tiende a la obsolescencia como el caso de *Snapchat*, *Metroflog* o *Hi5*; el acento está colocado en las conexiones entre actores que son visibles a través de ellas y los usos que le dan los usuarios. Como aludía la Teoría General de Sistemas de Bertalanffy (1989), enlistar los elementos no tiene relevancia si no observamos las relaciones entre los aspectos del complejo. El estudio de las redes en Internet, como expresa Recuero (2008), se centra en el cómo surgen las estructuras sociales, los flujos de comunicación e información en red y el cómo las interacciones impactan a las estructuras. En un sentido parecido, danah m. Boyd y Nicole B. Ellison (2007) definen que un sitio de red social es:

un servicio basado en Internet que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las hechas por otros dentro del

sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. (p. 211)

Estas plataformas, de acuerdo a Van Dijck (2016), no solo facilitan las actividades en red, también los medios sociales y prácticas sociales se constituyen mutuamente; “las plataformas de los medios sociales alteraron sin duda alguna la naturaleza de la comunicación pública y privada”. Fuera de estos espacios algunas actividades de socialización como compartir imágenes o conversar podían considerarse actos casuales, pero con el uso de estas tecnologías dichas acciones “se convirtieron en inscripciones formalizadas” (p. 14).

3. 3. 3. El ciberespacio y sus entornos tecnológicos usados por la sociedad

De acuerdo con Carmen Gómez Mont (2002) “las nuevas tecnologías aportan la creación de nuevas redes sociales” (p. 303), cuya interacción y comunicación generada en un plano virtual, produce formaciones sociales reales, así, sus posibilidades técnicas permiten construir un tejido social que puede derivar con nuevas convivencias y usos sociales. “La teoría de los usos sociales es una forma de comprender la relación hombre-máquina”, se trata de la familiarización o la apropiación de la tecnología y, de los modos en que los usuarios la operan. Si bien, a partir de este uso hay una práctica que parte de la racionalidad de la máquina, también existe una característica “más libre y espontánea, que parte de la imaginación del usuario” (p. 293).

El acento como mira Postman (1993), no debe ponerse en los impactos de las nuevas tecnologías de la información, sino por el contrario, deben estar los usos que las personas le dan. Los usos, de acuerdo a este autor, imaginan, fabrican y reinterpretan las técnicas e incluso, constituyen a la humanidad en conjunción con el lenguaje y las institucionales complejas. McLuhan (1994) coincide en ello cuando menciona que, el hombre en su uso de la tecnología se ve modificado por esta, a la vez que, descubre nuevas maneras para modificarla a ella. “Estas técnicas crean condiciones nuevas y que proponen oportunidades increíbles para el desarrollo de

las personas y de las sociedades pero que no determinan automáticamente ni la oscuridad ni la luz para el futuro humano” (Lévy, 2007, p. 2).

Los usos sociales las tecnologías de la información de la comunicación (TIC) con respecto a la comunicóloga Delia Crovi (2009) son prácticas generales vinculadas al uso cotidiano de dichas herramientas y a los beneficios y utilidades que estas proporcionan, “es decir, cómo se aprovechan o emplean esos recursos a fin de obtener el máximo rendimiento al realizar ciertas actividades” (p. 6) que generalmente, como explica la autora, está condicionado por el acceso en sus distintos grados que pueden ser esporádicos, intensos y cotidianos.

Con respecto Gómez Mont (2002), los usos y los usuarios son producto de un contexto y de una cultura; “ante el caso [de] internet la tecnología se construye al mismo tiempo que los usos sociales” (p. 295), aunque la tecnología no siempre es un producto terminado en este tipo de estudios; “no todo objeto que se consume es susceptible de generar un uso social”, puesto que, es necesario que en el consumo “puedan asociarse significaciones de uso de la máquina que estén en congruencia con la evolución de los modos de vida”, es decir, el papel que juega la máquina en la vida cotidiana del usuario, en la construcción de identidad de cada uno de sus miembros y de los espacios públicos. “Se habla, entonces, de dos tipos de búsquedas: la proyección de uno mismo y la búsqueda del otro que se expresa a través de la gestación de nuevas sociabilidades” (p. 298).

Otro aspecto para resaltar, según menciona Gómez Mont (2002), es que el uso social es distinto a los consumos o a las practicas. En lo que respecta al consumo, el estudio de este resulta corto para analizar a profundidad el fenómeno de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), puesto sólo proporciona datos sobre equipamiento o comparaciones entre modelos de consumo de medios audiovisuales.

De acuerdo con Gómez Mont (2002), los usos que da la sociedad a los medios tradicionales como la televisión, son distintos, a los que da al Internet, o las TIC;

esto sucede porque la interactividad en estos medios genera y transmite una mayor cantidad de mensajes por parte de los usuarios, lo que requiere que cada persona construya sus propios usos. La interactividad de las TIC “conforma una lógica nueva de información” y “esta debe entenderse como un sistema de redes e intercambio de información”, puesto cuestionan la relación entre “hombre-máquina y hombre-máquina-hombre. Su consideración será fundamental para adentrarse en la teoría de los usos sociales, ya que a través de ella se inaugurarán nuevas prácticas informativas” (p. 301).

3. 4. Prácticas y sinapsis en la red del arte

3. 4. 1. Prácticas, un concepto con varios nominalismos

Schatzki (1996), Reckwitz (2002), Warde (2005) mencionan que la práctica en singular o praxis es un término enfático para describir la totalidad de la acción humana, es decir, una entidad. Son un tipo de comportamiento rutinario que consta de varios elementos, interconectados entre sí: formas de actividades corporales y mentales, cosas y su uso, un conocimiento de fondo en forma de comprensión, *know-how* o saber cómo, estados de emoción y conocimiento motivacional, por ejemplo, la práctica industrial y la recreativa. En cambio, las prácticas en plural o *Praktik*, son un performance y un nexo de acciones, comportamientos y dichos que se actualizan, que se desarrollan temporalmente y se dispersan espacialmente, dado que las personas en diferentes situaciones realizan la misma actividad de manera diferente. Dichos nexos existen a través de la comprensión del que decir y del qué hacer; de la capacidad de manipular herramientas, de reglas explícitas, principios, preceptos e instrucciones; y de relaciones “teleafectivas” que abarcan fines, proyectos, tareas, propósitos, creencias, emociones y estados de ánimo.

La postura de Theodore R. Schatzki (1996) sobre las prácticas sociales se sitúa en los debates de la filosofía y de la mente, con atención en el conocimiento práctico y los saberes compartidos. De acuerdo con este investigador, las prácticas sociales

pueden ser vistas desde dos nociones centrales, como una entidad [*coordinated entity*] y como un performance:

La primera noción es práctica como un nexo de acciones y dichos que se desarrolla temporalmente y se dispersa espacialmente. Ejemplos son prácticas de cocina, prácticas de votación, prácticas industriales, prácticas recreativas y prácticas correccionales. Decir que las acciones y dichos que forman una práctica constituyen un nexo es decir que están vinculados de ciertas maneras. Existen tres vías principales de vinculación: (1) a través de la comprensión, por ejemplo, qué decir y qué hacer; (2) a través de reglas explícitas, principios, preceptos e instrucciones; y (3) a través de lo que llamaré estructuras <<teleoafectivas>> [*teleoaffective*] que abarcan fines, proyectos, tareas, propósitos, creencias, emociones y estados de ánimo. (p. 89)

La segunda noción de Schatzki (1996) reconoce a la práctica como un performance, es decir, la realización de prácticas, de acciones y dichos que "actualizan y sostienen prácticas en el sentido de nexos" (p. 90).

Para el sociólogo Andreas Reckwitz (2002) "decir que las prácticas son <<prácticas sociales>> es, [...] una tautología [...] ya que es un <<tipo>> de comportamiento y comprensión que aparece en diferentes lugares y [...] puntos de tiempo y se lleva a cabo por diferentes cuerpos/mentes" (p. 250). De tales atenciones, el autor hace hincapié en distinguir entre los conceptos de práctica (en singular) y practicas (plural); así, "La práctica (praxis) en singular representa simplemente un término enfático para describir la totalidad de la acción humana (en contraste con la "teoría" y el mero pensamiento)"; por el contrario, para este investigador de lo social, las prácticas o *Praktik* "es un tipo de comportamiento rutinario que consta de varios elementos, interconectados entre sí: formas de actividades corporales [...] y mentales, <<cosas>> y su uso, un conocimiento de fondo en forma de comprensión, know-how, estados de emoción y conocimiento motivacional" (p. 249).

En otro orden de ideas, el sociólogo británico Alan Warde (2005) identifica que “la práctica [...], requiere que los practicantes competentes aprovechen los servicios necesarios, posean y controlen la capacidad de manipular las herramientas apropiadas y dediquen un nivel adecuado de atención a la realización” (p 145); “las prácticas se diferencian internamente de manera que las personas en diferentes situaciones realizan la misma actividad de manera diferente” (p. 146). Sobre lo anterior, el autor refiere que “la variación en el comportamiento no es únicamente una función de estratificación por factores sociodemográficos, aunque es relevante, sino simplemente una cuestión de la distribución diferencial de actitudes, interpretaciones y motivaciones” (p. 147).

Así, aunado al concepto de prácticas es posible identificar una serie de nominalismos tales como prácticas culturales, prácticas sociales, prácticas informativas y denominaciones relacionadas a la “forma rutinaria en la que se mueven los cuerpos, se manejan los objetos, se tratan los sujetos, se describen las cosas y se entiende el mundo” (Reckwitz, 2002, p. 250).

Con respecto al arte, que es tema de este proyecto de investigación, las prácticas creativas que desarrolla el artista según señala Mauro Rodríguez Estrada (2007) incluyen: *el cuestionamiento del problema*, o la inquietud intelectual para percibir algo como un dilema “más allá de lo que las superficies y apariencias nos ofrecen” (p. 40) [el momento en que se detona una primer idea para una nueva obra]; *el acopio de datos* para planificar y “procurarse muchas informaciones [sic] que no pueden salir más que del terreno de los hechos (...) etapa de las observaciones (...), experimentos y conversaciones con personas conocedoras del tema” (p. 42); *la incubación* “es la digestión inconsciente de las ideas” (p. 42) [trabajar en la solución de la cuestión]; *la iluminación*, “para el artista es la forma deseada y buscada (...) es la solución al problema que trae en manos” (p. 43); *la elaboración* “suele ser trabajo de tecnología de relaciones humanas, de disciplina (...) terminar todo o aterrizar otra vez en el diálogo” (p. 44); y *la comunicación* [de los resultados] para dar a conocer lo nuevo.

Acorde con Villagómez (2018) en el proceso creativo también se suman la “búsqueda de (...) opiniones” (p. 287), esto es, *la evaluación* de las ideas por intuición o socialización a través de “colegas o colaboradores para saber si es factible su realización” (p. 291). Por otro lado, el proceso de iluminación en Rodríguez (2007) puede entenderse según Villagómez como la *intuición* que es dilucidación o hallazgo de la solución al problema planteado, es decir, “cuando las piezas encajan” (p. 287).

3. 4. 1. 1. Arte: el complejo donde se acunan diversas prácticas

El siglo XXI, según recapacita Díaz (2016), es un mundo con acceso global e inmediato a la información, lo cual, permite que las corrientes artísticas sean cada vez más internacionales y espontaneas. Como alude Castells (2000), la sociedad red posibilita un proceso de globalización del trabajo de los artistas, así, el uso de Internet y de sus plataformas tiene la propiedad de facultar a los creadores para laborar en casi cualquier lado y tener aproximación a los públicos de todas partes.

Sin embargo, Brea (2009) advierte que Internet por sí mismo no tiene cualidades salvíficas, mesiánicas o, incluso “demónicas”, la investigación de esta tecnología en el campo de arte debe estar pensada para reflexionar sobre su potencia como contexto de transformación social, de las prácticas culturales y de la acción social en ellas.

Desde el punto de vista de Díaz (2016), esta sociedad de la información modifica tanto a la historia del arte como a sus vanguardias en función “a las variantes e improntas que impone cada nación, región o individuo” (p. 16). De acuerdo con Nicolas Bourriaud (2008) la historia del arte es una sucesión de “campos relacionales externos, sustituidos luego por prácticas surgidas de la evolución interna de esos mismos campos: es la historia de la producción de las relaciones en el mundo, mediatizadas por una suerte de objetos y de prácticas específicos” (p. 31). Por tanto, conforme argumenta Manuel López Blanco (1995), el fenómeno

artístico es una dinámica que no solo se define en la producción de obras, sino igual, en la circulación y el reconocimiento.

En otras palabras, el arte, su historia y prácticas, son susceptibles de cambios por su interacción con el tiempo y variables como la sociedad o la tecnología. Aunque, referente a lo dicho por Bourriaud (2008), al artista solo le interesa la tecnología en la “medida en que puede poner en perspectiva los posibles efectos; [por lo que] no está obligado a padecerla como instrumento ideológico”, entonces es posible apelar a que el arte “obliga a tomar conciencia de los modos de producción y de las relaciones humanas producidas por las técnicas de su época” (p. 82). Como menciona Medina (2007, en Lévy, 2007) en la complejidad de la cultura “no hay propiamente prácticas o sistemas puros [...] sino que toda práctica cultural es híbrida, al estar, de un modo u otro, mediada y condicionada artefactualmente, estabilizada e interpretada simbólicamente, articulada y realizada socialmente y situada ambientalmente” (p. XII).

Según cita Bourriaud (2008) “la esencia de la práctica artística residiría [...] en la invención de relaciones entre sujetos” (p. 23). Aunque, respecto a lo investigado por este autor desde los años noventa “la práctica artística se concentra en la esfera de las relaciones humanas” y en las consecuencias que tendrá su trabajo sobre su público; de tal forma que, “el conjunto de los modos de encontrarse y crear relaciones representa hoy objetos estéticos susceptibles” (p. 31) y prácticas deseadas.

Por otro lado, en la opinión de Díaz (2016) el creador “necesita adaptarse a los múltiples y profundos cambios planteados por el arte actual. Tienen que asumir, toda una serie de facetas que antaño no eran tan necesarias (...), un compendio de saberes igualmente heterogéneos” (p. 16); “el artista de hoy viaja mucho y entre sus muchas habilidades maneja las nuevas tecnologías, por lo que es mucho más autónomo [lo que les facilita la autogestión]. Depende menos (...) en determinados aspectos” (p.70), pero sigue necesitando de otros profesionales, “le es imposible abarcar todo el trabajo que conlleva la producción, promoción y venta (...). Necesita

a la crítica para interpretar sus obras a nivel estético y a la galería para gestionar su desarrollo a nivel profesional”, “que muestre su [trabajo] y le ayude a exponer en otras salas, instituciones y museos. Que le promocióne nacional e internacionalmente” (p.18), así también, que gestione, almacene, fije precios, lleve un inventario, genere una carpeta del artista y cure las exhibiciones; actividades a las que se suma competencia “en los medios y redes sociales, programación web, diseño gráfico y fotografía” (p. 115), por lo que, “lo idóneo es contratar a un especialista (...), un *community manager* que (...) diseñará las estrategias a seguir (...) como una tarea más de promoción” (p. 176).

Las sociedades de este siglo, de acuerdo con Brea (2009), son contexto de un emergente mercado y nuevas prácticas en la economía del arte que “no entenderá más al artista como productor de mercancías específicas destinadas a los circuitos de lujo en las economías de la opulencia, sino como un generador de contenidos específicos destinados a su difusión social” (p. 109); por tanto, sus ingresos no se relacionarán a los objetos producto de su trabajo, sino a la circulación pública de sus piezas y al afecto que su *quehacer* artístico inmaterial genere en el público. A juzgar por este autor, lo que determina este nuevo valor, y que está por encima del valor estetizado, son los “mecanismos sociales de reconocimiento y diferenciación, de socialización y subjetivación, de pertenencia a un grupo social y distinción dentro de él” (p. 112). La actividad económico-productiva, no por ello, dejara de administrar “la forma reglada de todo intercambio social” (p. 110).

Con arreglo a lo citado por Brea (2009) “en las sociedades del siglo XXI, el arte no se expondrá. Se producirá y se difundirá” y cuando se hable de virtualidad se mediatizará; las prácticas artísticas que se referían a los objetos son obsoletas en lo que respecta a la música, el cine o la literatura, con excepción de las artes plásticas. Por tanto, el autor indica que, han dejado de ser relevantes los discursos referentes a los originales y las copias, o sobre la propiedad y posesión de una obra en Internet.

Lo que prevalece, a juicio de Brea (2009), son los bienes inmateriales, es decir, la experiencia artística que se asocia con el objeto, la creación intelectual y afectiva, y la producción de “sentido y deseo, de significado y placer” (p. 110). “Cuanto más las nuevas prácticas se alejen en sus objetivos de la producción de objeto, tanto menos pertinentes se aparecerán tales articulaciones tradicionales de su mercado y su coleccionismo” (p. 108).

La cultura digital y los sitios de redes sociales, conjugados en ella, facilita con su uso social al arte un mundo de posibilidades para gestar las prácticas de los artistas. No obstante, desde la teoría general de sistemas de Bertalanffy (1989), esta tecnología es un elemento agregado al sistema, es decir al arte y, por tanto, él mismo tiene la capacidad de transformar el entorno donde es incluido; en el entendido que, dentro de la red, los sistemas no están aislados y es esta misma interconexión la que vulnera a las prácticas respecto a los cambios producidos por la tecnología, la sociedad, por los significados y la cultura o por la economía. Los detonantes de esta transformación son cualquiera de los sistemas que estén siendo dominantes con el uso de los sitios de redes sociales para desarrollar las prácticas en el arte.

El artista se dibuja, aparentemente, en este ahora más independiente con el uso de los sitios de redes sociales, como refiere Postman (1996) la tecnología al integrarse a un entorno lo cambia todo, por ende, la observación de sus principios y características es relevante, no por ello, como advierten Lévy (2007) y Mont (2002) es incorrecto inclinarnos por un determinismo tecnológico como único factor de los cambios sociales. Brea (2009) considera que es en este momento que el creador se encuentra más interconectado y dependiente de la sociedad para desarrollar sus prácticas. En este sentido, las redes sociales que establece el artista con los sitios *web* como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, por mencionar algunos, disponen para él, de acuerdo con Bertolini y Bravo (2001) un rico capital social.

No solo se trata de las conexiones con otras personas o instituciones, también el capital social habla de los significados y el conocimiento compartido entre ellos, lo

que, les permite el vínculo. Los signos o el sistema simbólico cultural y, que es parte también de este marco que alimenta los posibles cambios en las prácticas.

3. 4. 2. La red de ese sistema llamado arte

Para finalizar, este proyecto de investigación considera pertinente abrazar las premisas teóricas de la investigadora del arte Cauquelin (2002), puesto que, al igual que la tesis aquí presente, esta escritora observa al arte como un sistema y analiza sus cambios dentro de la estructura de la red; razón que la lleva a tener un entendimiento con respecto al arte contemporáneo desde una perspectiva de las dinámicas económicas y comunicacionales.

El estado contemporáneo que observamos en el arte, como argumenta Cauquelin (2002), significa que el sistema ha sufrido modificaciones y trastornos a su estructura “que no permite ya juzgar las obras, ni su producción y distribución” con las viejas directrices. A raíz de lo anterior, acontecen nuevas características en las partes que configuran al complejo. En este sentido, los elementos de la red observada son: 1) los productores, 2) los niveles de producción, 3) el encargo, 4) los auxiliares de producción y 5) los artistas.

Referente a los productores o profesionales (los conservadores de museos, los directores de las fundaciones, los vendedores y los dueños de las galerías) Cauquelin (2002) analiza que, estos son los nodos que tienen un número superior de conexiones, también son los actores más activos y los que disponen de una mayor cantidad de datos, es decir, “son los primeros que obtienen y pasan la información” (p. 48), lo que, los posiciona en un estado de privilegio en el sistema. Al ser los primeros en el flujo de comunicación se convierten en productores y creadores del mensaje, lo que les permite establecer los precios o costos, el valor estético que tendrán las obras; si una galería forma parte de la meta-red con más relaciones, entonces, el producto que lance será “el bueno”, puesto son ellos los encargados de nominar que es el arte.

La rapidez con que circule el contenido dentro del circuito, como explica la autora, dependerá de las tecnologías que tengan a disposición y de sus interconexiones; sin embargo, cualquiera de los actores solo tiene poder “en la medida que es capaz de estar presente a la vez en toda la red” (p. 49). Para generar mayor actividad y contenidos son necesarios un número alto y diverso de conexiones que permitan unir los puntos alejados unos con otros con la finalidad de aumentar los niveles de producción, esto de acuerdo a los argumentos de la filósofa.

Por otro lado, conforme a Cauquelin (2002), son los productores los que se encargan de efectuar el encargo de las obras, “de esta manera, el encargo no puede constituirse en una red desconectada de las redes de profesionales [...], puesto que el propio flujo de comunicación es lo que los nutre”; son los productores quienes eligen y valorizan las piezas mucho antes de realizar el encargo, en otras palabras, son ellos los que compran primero y lo distribuyen al resto de la red como un nuevo producto. Como no se toma en cuenta el contenido de las transmisiones “sino únicamente el hecho mismo de la circulación de la información” (p. 50) las ganancias no están ligadas a la especulación, siendo que el flujo de comunicación es lo que prima, es decir, la extensión que pueda alcanzar a través de la red.

Según esta esteta (2002) la red del arte contemporáneo se trata de un circuito cerrado que repite indefinidamente el mismo mensaje en diferentes versiones y canales, así, el contenido repetido del arte contemporáneo se ve reforzado por cualquiera de los exponentes que le practiquen, el mensaje no es la obra, sino la práctica artística en sí misma. Sin embargo, esta trayectoria cerrada solo circula por medio de los productores profesionales: “los grandes coleccionistas [...] que intervienen en los costos remiten a los conservadores” del Estado que intervienen en el valor estético de la obra. “Mientras que unos se interesan en la ganancia propiamente económica, los otros trabajan en beneficio de la imagen cultural” (p. 50) de su institución y del Estado que les subvenciona.

Dentro de los profesionales o productores, como así refiere Cauquelin (2002) hay especialistas en la obtención, el manejo y la difusión de la información; se trata de

los auxiliares de producción, quienes aseguran la articulación entre la obra y el público: la prensa escrita; los publicistas; los expertos, críticos y comisarios de arte; así como los comisarios, los comerciantes y los corredores de ventas. Sin embargo, a pesar de ello, las funciones o papeles que ellos desempeñan no están individuados, por lo que nada impide que un conservador puede también ser curador de una exposición, o un gestor puede intercambiar o adquirir obras como haría un comerciante.

En apariencia los artistas son la pieza central de la red del arte, pero, conforme a lo observado en Cauquelin (2002), por las características que presenta la red, los nodos tienden a desdibujarse y a presentarse en un complejo, un todo. Además, el artista y su obra son productos que la red construye a partir de la participación de productores, conexiones y auxiliares. No obstante, la red son el artífice y su trabajo, esto es, sin ellos la red no existiría a pesar de que en ella el autor y su figura individuada quedan excluidos.

Las conclusiones que señala la autora no habitan el contexto de las nuevas tecnologías digitales o del Internet, mucho menos de los sitios de redes sociales. Lo anterior hace pertinente analizar que está sucediendo con la red del arte ante los cambios efectuados en el entorno tecnológico, social, económico y cultural.

CAPÍTULO 4. MARCO METODOLÓGICO

Este trabajo busca analizar como el uso de los sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano; ello a través de los elementos que comprenden las redes sociales, y en las que se pueden observar las prácticas y los usos tecnológicos. Por tanto, este apartado contiene el diseño de la investigación, a propósito de dos fases cuantitativa y cualitativa, que aclara cuales fueron los métodos, los instrumentos de recolección y análisis, la operacionalización de las categorías, así como, los pasos seguidos para el acercamiento a los sujetos de estudio y la sistematización de los datos obtenidos.

4. 1. Enfoque de la investigación

Esta es una investigación de tipo descriptiva, ya que pretende especificar las propiedades, atributos y rasgos de las prácticas en el grabado del estado de Michoacán de Ocampo a propósito del uso de las tecnologías de la comunicación; de las interacciones, de las relaciones y de los lazos sociales que se establecen a través de estos medios; así como del flujo de capital social que está disponible.

Los estudios descriptivos permiten, de manera más o menos profunda, mostrar y medir con precisión los ángulos de un fenómeno, una comunidad o un contexto; en ese sentido, la manera de tratar los datos solo pretende medir o recoger la información sin el objetivo de indicar como se relacionan estas variables. (Batista, P., Fernández, C., Hernández, R., 2010).

El alcance del proyecto es temporal y transversal, por tanto, la recolección de datos se realizará por un solo sujeto y en un mismo período otoño-invierno del 2020 para el primer instrumento de evaluación; y primavera 2021 para los dos siguientes instrumentos. De igual forma, cabe aludir que se trata de una tesis empírica cuya recolección de datos se ejecutará a través de la encuesta, el análisis de sitios de redes sociales y la entrevista. Mencionado lo anterior, se considera pertinente abordar este trabajo desde el método de investigación cualitativo y cuantitativo, es

decir, mixto; este no reemplaza al método cuantitativo o cualitativo, sino que, utiliza sus fortalezas para minimizar sus debilidades potenciales (Batista, et al, 2010).

Para el desarrollo del enfoque mixto, se propone un diseño transformativo secuencial (DITRAS). Por tanto, la recolección y análisis de datos se realizará en dos etapas que se ceñirán al método cuantitativo y cualitativo respectivamente. En ambas etapas se tomará “en cuenta las opiniones y voces de todos los participantes y a los grupos que ellos representan” (Batista, et al, 2010, p. 269).

Para analizar cómo el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano al interior de la red en conexión con diversos nodos, los resultados de ambos enfoques (cuantitativo y cualitativo) “serán integrados durante la interpretación” de las metainferencias (Batista, et al., 2010, p. 569).

Se considera que el método con mayor peso en el diseño propuesto para este proyecto corresponde al enfoque cualitativo. Por un lado, el método cuantitativo aporta datos sobre los usos de los SRSs para las prácticas en los procesos de creatividad, autogestión y economía de las y los grabadores michoacanos. Lo cualitativo, por su cuenta, aborda la investigación desde las redes sociales: las conexiones y los nodos, lo que, permite complementar la información obtenida a través de la estadística con la perspectiva de los sujetos de estudio.

Como demarca el diseño transformativo secuencial, la investigación estará guiada con base en un marco teórico; debido a que, esto “determina la dirección a la cual debe enfocarse el investigador o investigadora al explorar el problema de interés, crea sensibilidad para recabar datos de grupos marginales o no representados y hace un llamado a la acción” (Creswell et al., 2008, en Batista, et al., 2010, p. 569).

El diseño metodológico tiene a bien servir para contestar la pregunta de investigación ¿Cómo el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social?

Cuyo objetivo general es describir cómo el uso de los sitios de redes sociales (SRSs) está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social.

Y los objetivos específicos son

1. Analizar que sitios de redes sociales usan las y los grabadores michoacanos para desarrollar sus prácticas en el grabado.
2. Analizar los nodos, las conexiones y el capital social que configuran las redes sociales del grabado michoacano a partir del uso de SRSs.
3. Identificar cómo los usos de SRSs transforma las prácticas en el grabado michoacano.
4. Identificar cómo el uso de sitios de redes sociales transforma las redes sociales del grabado michoacano.

4. 2. Diseño de la investigación

4. 2. 1. Fases de la metodología

La primera fase de investigación recolectó, por medio de una encuesta, información para examinar que SRSs usan las y los grabadores michoacanos para desarrollar sus prácticas en el grabado. En tanto, los instrumentos siguientes sirvieron para analizar los elementos que configuran sus redes sociales a partir del empleo de dichas plataformas; así, la segunda fase observó, a partir de un análisis de redes sociales, los nodos y las conexiones, y la tercera indagó, a través de entrevistas semi estructuradas, sobre el capital social.

4. 2. 1. 1. Primera etapa: Prácticas y nodos en los sitios de redes sociales del grabado michoacano

Esta etapa corresponde a la recolección y análisis de datos a través del método cuantitativo. Por lo cual, los instrumentos que se abordaron son la encuesta y la observación de redes sociales.

Fase uno: Encuesta

La fase inicial estuvo bajo la mirada de un enfoque cuantitativo y tuvo como objetivo analizar que sitios de redes sociales usan las y los grabadores michoacanos para desarrollar sus prácticas en los procesos creativo, económico y de autogestión. Para la recolección de la información, con tal fin, se usó la técnica de la encuesta.

La encuesta fue el método apropiado para formular interrogantes de manera extensa y mantener un alto grado de directiva, lo que permitió observar las prácticas y usos que están reconfiguradas a partir de la beta teórica establecida en el capítulo anterior. Cabe agregar que este tipo de técnica aportó un bajo grado de profundidad en los datos obtenidos (López-Roldán y Fachelli, S., 2015); por lo que, el instrumento fue complementado con la última fase. De tal forma que, la encuesta se aplicó bajo dos premisas: conocer el contexto de los grabadores en cuanto a sus prácticas y los usos de SRSs, y acercarse a la muestra que integró el núcleo de grabadores entrevistados.

Los datos obtenidos a través de la encuesta, fueron el resultado de dos orígenes, por un lado, del dato algebraico que es sometido a un lenguaje matemático y, por el otro, del “resultado de una construcción de naturaleza teórica [que...] se inserta en una problemática construida según un modelo de análisis” (López-Roldán y Fachelli, S., 2015, p. 12).

Este instrumento permitió la recolección sistemática de información por medio de la interrogación de sujetos para obtener medidas sobre los conceptos derivados de la problemática de investigación; en virtud a este proyecto de investigación, fue posible “plantear cuestiones que [formalizaron] las relaciones sociales y las redes sociales para el análisis de la interacción social” (López-Roldán y Fachelli, S., 2015, p. 12).

La encuesta fue proporcionada a los sujetos de estudio por medio de los sitios de redes sociales, así como otros medios según convino a los encuestados; y fue formulada en un cuestionario *online* a partir del *software* gratuito *QuestionPro*, que permite crear gráficas y descargar los resultados en un documento de formato

Excel. Optar por instrumentos mediados por tecnología corrigió inconsistencias generadas por el ambiente y errores de la transcripción de los puntajes de respuesta a mano (Nunally, 1970, en Quero, 2010).

Antes de hacer llegar el cuestionario a los sujetos de análisis, se ratificó el mismo a partir del juicio de valor de tres doctores versados en la investigación de fenómenos sociales, así, la validez del instrumento por expertos permitió determinar si las variables en cuestión estaban siendo medidas correctamente (Batista, et al, 2010). Por tanto, a este grupo de investigadores se les proporcionó una tabla (véase ANEXO 2) para que pudieran evaluar si había coherencia en la redacción, si el lenguaje era adecuado, así también, si las instrucciones eran claras y la distribución de las preguntas secuenciales, o si el número de ítems era el adecuado.

Este cuestionario (véase ANEXO 3) se estructuró con un texto para dar la bienvenida a los encuestados y explicar los motivos de aplicación de dicho instrumento, además de una imagen que acompañaba los logos institucionales de la Universidad Autónoma de Querétaro. Ello, seguido de un primer apartado de datos generales, más cuatro secciones que se dividieron en: uso de redes sociales para la difusión; redes sociales y relación con terceros; uso de redes sociales para la elaboración¹⁰; y uso de redes sociales para la promoción. Al final se incluyó un mensaje de despedida para agradecer a los participantes, e igual se otorgó un correo para dudas o aclaraciones.

Lo anterior dio como resultado 33 preguntas que se organizaron en 5 segmentos: como pregunta 1 de 12; 1 de 9; 1 de 5; 1 de 4; y 1 de 3 para que los encuestados fueran conscientes del extenso del cuestionario y con ello evitar la fatiga al momento de contestar. Estos reactivos fueron distribuidos en cuatro tipos de ítems:

1. Dicotómicas para elegir como respuesta Si o No. A la par se complementó la pregunta abierta ¿Por qué? a fin de indagar aspectos más profundos.

¹⁰ Aunque en sentido estricto los sitios de redes sociales no son utilizados para la elaboración, se toma en cuenta su aporte para la adquisición de insumos que sirven para este proceso creativo.

2. De opción múltiple que permitió a los encuestados escoger entre los principales sitios de redes sociales *Facebook, Instagram y Twitter* [definidas así, respecto a la información obtenida en el estado de la cuestión]; la opción abierta *otras redes/Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, o aplicación [este último ítem permitió contemplar elecciones de medios distintos a los digitales])*; más la alternativa *ninguna red*.
3. Preguntas abiertas que permitió un análisis cualitativo y obtuvo datos no considerados.
4. En escala de *Likert* cuyas respuestas solo variaron entre 5 probabilidades: Muy en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo y, totalmente de acuerdo. Vale agregar que se adaptó la palabra *sitio de red social* por *red social*, en el entendido que esta última tiene un uso más extendido en el lenguaje coloquial.

La escala de *Likert* sirvió para medir actitudes y predisposiciones de acción de los sujetos, por lo que resultó aconsejable integrar al cuestionario *ítems* o preguntas positivas y negativas, así como que, cada proposición fuera debatible y reflejara una opinión más no un hecho; además, fue necesario asignarle a cada una de las respuestas valores que se sumaron al final. Estos valores pueden darse con respecto a la desviación sigma o a la desviación estándar, pero lo más usual en la práctica es fijar una ponderación arbitraria (Aguilera, J., Castillo, A., García, J., 2011). En el caso de esta tesis fue uno igual a muy en desacuerdo y, para el otro extremo, cinco que fue igual a totalmente de acuerdo.

Además de las anteriores, se rescataron datos generales del grabador michoacano como: la edad; el género; municipio de Michoacán; tiempo de dedicación al grabado [con el propósito de discernir entre creadores emergentes y reconocidos]; grado escolar; técnicas de grabado; y uso de sitios de redes sociales [definidas con base al estado de la cuestión]; más dos interrogantes de respuesta abierta que

cuestionaron sobre las ventajas y desventajas que se asocian al uso de estas plataformas en las prácticas en el grabado.

La unidad de análisis para esta investigación fueron los grabadores michoacanos. La muestra fue dirigida, porque, no pretendió ser generalizable a una población ni estuvo interesada por esta extrapolación, de tal forma que, los resultados solo son transferibles a la muestra misma o a otras similares en tiempo y lugar, aunque con suma precaución (Batista, et al., 2010).

Para tal caso, la muestra de grabadores tuvo las siguientes características: mujeres y hombres; que realizan sus piezas en el Estado de Michoacán de Ocampo, con cualquiera de las técnicas en grabado y estampa, lo que incluye a la serigrafía; creadores de cualquier edad; emergentes y reconocidos; miembros de colectivos y talleres, así como artífices que trabajan de manera individual.

A partir de la información recabada en el instrumento se pretende comprobar los siguientes supuestos:

Hp1) el uso de sitios de redes sociales transforma la red del grabado michoacano y, por tanto, las prácticas y las redes sociales a su interior, incluidos nodos, relaciones y capital social; Hp2) A mayor uso de redes menor dependencia de los artistas por terceros (profesionales); Hp3) A mayor uso de redes sociales mayor control sobre las prácticas de comunicación y venta.

Así, en esta primera fase se midieron las prácticas creativas y las actividades de autogestión de los grabadores michoacanos. Por lo anterior la tabla, que se muestra a continuación, presenta las categorías y subcategorías que se rescataron, junto a las observables que derivaron en las preguntas del cuestionario e instrumento de recolección de datos (véase ANEXO 4).

Categoría	Subcategoría	Definición	Observables
Prácticas creativas	El Acopio de datos	Procurarse información desde la observación, experimentación y conversación con personas conocedoras.	Referencias de imágenes, videos, y material para la creatividad y la planificación.
	La incubación e intuición	Trabajar en la solución de un problema hasta el momento de su dilucidación.	Llevar un registro de las ideas; Buscar soluciones a los problemas creativos.
	La evaluación	Consulta de opiniones.	Mostrar los bocetos e ideas a pares y amigos para pedir una opinión.
	La elaboración	Se refiere a la ejecución de la obra.	Como se integra la compra de insumos y materiales en SRSs al proceso creativo de la elaboración.
	La comunicación	Socializar las piezas con otros.	Sociabilización, visibilización y difusión de las obras, el artista, los eventos y las exposiciones.
Prácticas de autogestión	Autonomía de los profesionales	Prácticas que tradicionalmente están a cargo de los profesionales y que el artista tiene la opción de responsabilizarse por ello a través del uso de SRSs.	Con respecto a los críticos de arte: -necesidad de la crítica artística. -valoración de la obra por terceros.
			Con respecto al diseño gráfico y <i>community manager</i> : -necesidad de contar con un diseñador gráfico. - necesidad de contar con un <i>community manager</i> .
			Con respecto a los museos y las galerías: -creación de carpeta del artista. -fichas técnicas de las obras -texto curatorial -fijar precios -venta de obra

Tabla 1. Cuadro de operacionalización de las categorías para el instrumento encuesta

Por último, para esta etapa el tratamiento de los datos correspondió a una estadística nominal de frecuencias y porcentajes, así como ordinal con medidas de

tendencia central, es decir, moda y mediana (Batista, et al, 2010). Por esta razón, se usó las herramientas disponibles en la hoja de cálculo *Excel* para ejecutar los cálculos correspondientes.

Fase dos: Análisis de redes sociales

Para esta segunda fase se realizó un análisis de redes sociales para examinar en los sitios de redes sociales las conexiones que generan las y los grabadores michoacanos con otros nodos a partir de su interacción, las relaciones y los lazos sociales, con énfasis en las conexiones que ocurren entre pares y artistas en otras disciplinas, expertos en el arte (productores y auxiliares de producción), así como también con otros nodos que no son parte del gremio.

El objetivo de esta fase fue concebir un sustento cuantitativo que permitió reconocer el movimiento al interior de las redes sociales del grabado michoacano. En este sentido, el análisis de redes (ARS) cuantitativo permitió dar cuenta de los fenómenos presentes en las relaciones humanas y las estructuras sociales emergentes que están vinculadas en un contexto red, no resultan, por tanto, relevantes los atributos como opiniones, actitudes o variables factuales (Verd & Martí, 1999, en Ávila-Toscano, J., 2012) y sí, los datos relacionales que expresan conexiones como los vínculos [lazos] y las relaciones, así como comunicaciones entre grupos que acontecen en la red del grabado michoacano (Ávila-Toscano, J., 2012).

En virtud de un ARS, este proyecto está interesado en rescatar uno de los cuatro mecanismos que valoran las particularidades de las redes, es decir, la definición de las propiedades generales con que cuenta la red (Molina, 2001, en Ávila-Toscano, J., 2012); para lo cual, a través de una observación no participante como instrumento, se rescataron los datos que se aprecian en la siguiente tabla:

Concepto	Categoría	Definición	Subcategoría	Observables
Conexiones	Interacción	Estudia la comunicación entre los actores y las relaciones entre intercambio de mensajes y su significado.	Reacciones	En FB like, corazón, risa y asombro. En IG me gusta.
			Acciones comunicativas	Intercambio de mensajes como comentarios, réplicas y contenido compartido.
	Relaciones sociales	La conexión afectiva entre los actores que participan en las interacciones y funcionan para construir lazos.	Tipo de relación	Proximidad, contacto frecuente, flujos de comunicación.
			Acciones conflictivas	Reacción de tristeza y enojo, conflictos.
			Construcción o solución de problemas	Aclaración de dudas, intercambio de información, proyectos entre pares.
	Lazos sociales	Son aquellos formados por las relaciones entre actores que suceden en consecuencia a la interacción de los nodos en la red.	Fuertes	Con pares, intimidad y proximidad, mantenimiento, y creación de la conexión.
			Débiles	Con extraños, sin amigos en común, relaciones no íntimas.

Tabla 2. Cuadro de operacionalización de las categorías para el instrumento de análisis de redes sociales

Precisamente, la observación como instrumento de recolección de datos permitió llevar un “registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones, a través de un conjunto de categorías y subcategorías” (Batista, et al., 2010, p. 260).

Con base en los datos obtenidos en la encuesta de la fase anterior, se determinó que las redes sociales a observar fueran las más usadas por los grabadores michoacanos, siendo estas: *Facebook* (FB) e *Instagram* (IG). Para tal fin, se registraron las conexiones y nodos suscitados al interior de estas plataformas en

una hoja de *Excel* como instrumento de obtención de datos [puede verse un ejemplo la recolección en el ANEXO 5].

La categoría de nodos hace alusión a los perfiles que interactúan con la muestra a través de acciones comunicativas que, en el caso de FB e IG se observan a partir de botones de reacción (*like*, corazón, me importa, me entristece y me enoja), así como acciones de compartir y comentar el contenido o *post*. El código del tipo de nodo se refiere a la clasificación de actores en la red del arte con respecto a los mencionados por Cauquelin (2002), es decir artistas, productores y auxiliares de producción; los cuales fueron codificados de la siguiente manera:

Tipo de nodo	Código
Nodo de La SMG	0
Nodo artista	1
Nodo productor	2
Nodo auxiliar	3
Otro tipo de nodo	4
Cuenta privada	5

Figura 1. Códigos de los nodos para el análisis de redes sociales

La categoría número de *likes* en el instrumento de observación, recolectó la cantidad de ocasiones en que un nodo interactuó con la muestra en una o varias publicaciones. Finalmente, la columna de notas en la hoja de *Excel* permitió agregar información al nodo como fueron, su ciudad de origen o disciplina del arte en la que se desarrollan, en el caso de los artistas (por mencionar algunos datos obtenidos).

Por lo anterior, en esta segunda etapa de la investigación el análisis de los datos correspondió a una estadística nominal con frecuencias y porcentajes (Batista, et al, 2010). Y su posterior representación se realizó a través de una nube de palabras para visibilizar aquellos nodos con mayor frecuencia de interacción en la red del grabado michoacano.

A partir de la encuesta se sabe que casi el cincuenta por ciento de los grabadores encuestados formaban parte de La Sociedad Michoacana de Grabadores (SMG); en razón de lo expuesto, la unidad de análisis para esta observación de campo fueron los perfiles adscritos en *Facebook* e *Instagram* de La SMG y los talleres de gráfica que le coordinan¹¹, es decir, Nurite Gráfico, El Centro Cultural La Olotera, Las Adelitas, Los Agachados y Axuni Gráfico. Sin embargo, se excluyó de esta lista el taller Alternativa Gráfica que, si bien, es parte de La SMG su giro está dirigido a los servicios de diseño gráfico y editorial.

En virtud de lo señalado, los sujetos de análisis no procuran la representatividad estadística y en cambio son una muestra homogénea y aleatoria, que poseen características y rasgos similares (Batista, et al., 2010) y, cuyo propósito se centró en observar las redes sociales que se tejen en dicho grupo social.

4. 2. 1. 2. Segunda etapa: El capital social del grabado michoacano ligado a las conexiones en sitios de redes sociales.

La segunda etapa se refiere a la recolección y análisis de datos a través del método cualitativo, por medio de la aplicación del instrumento de la entrevista semiestructurada.

Fase tres: Entrevista

En la fase tres se recolectó y analizó la información obtenida en torno al capital social presente en la red del grabado michoacano. Capital que fue observado tanto

¹¹Nurite Gráfico: <https://www.instagram.com/nuritegrafico/?hl=es-la> y <https://www.facebook.com/nuritegrafico>; La Olotera: <https://www.instagram.com/la.olotera/?hl=es-la> y <https://www.facebook.com/laoloteracultural>; Las Adelitas: <https://www.instagram.com/lasadelitastaller/?hl=es-la> y <https://www.facebook.com/lasadelitastaller>; Los Agachados: <https://www.instagram.com/tallerlosagachados/?hl=es-la> y <https://www.facebook.com/tallerlosagachados>; Axuni Gráfico: <https://www.instagram.com/axunigrafico/?hl=es-la> y <https://www.facebook.com/AxuniGrafico>; Sociedad Michoacana de Grabadores: https://www.instagram.com/smg_michoacan_/?hl=es-la y <https://www.facebook.com/smgmich>

en las interacciones *offline*, como en aquellas prácticas surgidas con el uso de los sitios de redes sociales (SRSs).

A partir de lo anterior, se consideraron como observables las interacciones relacionales, normativas, cognitivas, de confiabilidad del entorno social e institucionales que, de acuerdo con Bertolini y Bravo (2001), son las variables que competen al estudio del capital social.

De igual manera, fueron indagadas otras variables referentes a algunas prácticas económicas y creativas. Así también, dadas las respuestas en entrevista, se incluyeron, en el análisis, las percepciones de los entrevistados respecto a la pandemia provocada por el coronavirus, ello alusivo a lo investigado en esta fase.

La técnica empleada fue una entrevista semi estructurada que permitió dirigir y mantener una conversación hacia el capital social, pero con la libertad suficiente para que el entrevistado aportara elementos en profundidad sobre dicha temática (Vela, F., 2001).

En consecuencia, se trató de una entrevista focalizada que permitió centrar la conversación en los puntos de interés propuestos, con ello se evitó que el sujeto de análisis se alejara de los observables arriba mencionados; además, se infirió de los resultados de la encuesta y la observación de las redes sociales los posibles “bloqueos del entrevistado, la profundidad en la que se sitúan sus respuestas, y [...] la lógica y el simbolismo que dominan los tipos de reacciones [...] en relación con el tema” (Ruiz e Ispizúa 1989, en Vela, F., 2001, p. 77).

La tercera fase se efectuó con la mediación de múltiples recursos de Internet que incluyeron entrevistas a través de la página de *Google Meet*, e intercambio de audios con la ayuda de la aplicación de mensajería *WhatsApp*. Así también, pudieron concertarse algunas entrevistas presenciales en los talleres de las y los grabadores. En conocimiento de los participantes, se grabaron las conversaciones con la aplicación del celular, las cuales, fueron guiadas por un cuestionario impreso

(véase ANEXO 6) como instrumento de apoyo. Cabe agregar que en agradecimiento se compartirán los resultados de la investigación con los entrevistados.

Este cuestionario fue estructurado con preguntas abiertas para profundizar sobre los motivos del comportamiento del grabador y aquellas opiniones que pudieran perderse en un formato más estructurado (Batista, et al., 2010), como lo es la encuesta. No obstante, a partir de las fases previas, es decir, de los resultados de la encuesta y el análisis de redes sociales se definieron preguntas en función de algunos elementos que era necesario enfatizar. En ese sentido, se complementó el cuadro de operacionalización para este instrumento de investigación, el cual reúne los temas y observables referentes al capital social y otras variables faltantes.

Categoría	Subcategoría	Observables
Capital social	Relacional	Conexiones entre relaciones, Estabilidad y valor del contenido de intercambio, Vínculos del actor con su contexto de referencia.
	Normativa	Reglas de comportamiento, Valores transmisibles, Beneficios a largo plazo de la acción colectiva.
	Cognitivo	Conocimiento compartido, Métodos para aumentar el conocimiento, Solución de problemas, Intercambio de significados.
	Confiabilidad del entorno social	Confianza hacia el comportamiento de los individuos del sistema.
	Institucional	Capacidad del grupo o individuo de usar el capital para un bien común.
Prácticas en el grabado	El cuestionamiento del problema	Percepción de algo como un problema provocado a partir de cualquier material en los SRSs.
	Prácticas económicas	Convocatorias y Becas.
		Financiación y patrocinios.

Tabla 3. Cuadro de operacionalización de las categorías para el instrumento de la entrevista

4. 3. Desarrollo de la estrategia metodológica

Una vez atendidos los lineamientos en cuanto a la estructura en fases de este proyecto de investigación, se presenta a continuación los pasos que se siguieron para determinar y aproximarse a los sujetos de estudio de los tres instrumentos aquí propuestos, y de igual forma, la manera del cómo fueron tratados los datos obtenidos según la naturaleza de cada método definido anteriormente.

4. 3. 1. Acercamiento empírico al objeto de estudio a través de la encuesta

Con el objetivo de definir la muestra de quiénes participaron en la encuesta, primero se recurrió al departamento de artes visuales de la Secretaría de Cultura en Michoacán (SECUM) para obtener un censo en torno a los grabadores que son activos en el Estado, sin embargo, este órgano de gobierno no contaba con dichas referencias, por lo que fue necesario recurrir a otras estrategias para tal finalidad. No obstante, a través de la coordinadora de dicho departamento se conoció la existencia de dos listas que sirvieron para conformar un registro: los ganadores del *Encuentro Estatal de Pintura y Estampa Efraín Vargas*; y la *Bienal de Pintura y Grabado Alfredo Zalce*.

Por lo anterior, la selección se realizó a partir de una muestra en cadena¹²; que permitió localizar participantes y talleres en los distintos municipios de la región, ello con una estrategia de bola de nieve y, por tanto, no probabilística, en dónde se localizaron participantes clave que proporcionaron los nombres de otros grabadores, y que a su vez identificaron a otros creadores michoacanos de quiénes se obtuvieron números de teléfono y perfiles en *Facebook* e *Instagram*, y con los cuales se socializó la liga de la encuesta en línea. El rastreo de información concluyó

¹² También conocida como muestra por redes o bola de nieve. De acuerdo a Batista (et al., 2006, p. 568) “se identifican participantes clave y se agregan a la muestra, se les pregunta si conocen a otras personas que puedan proporcionar datos más amplios, y una vez obtenidos sus datos, los incluimos también”.

en el momento en que los contactos proporcionados comenzaron a ser redundantes.

El primer acercamiento fue con el taller de grabado del Centro Cultural Antiguo Colegio Jesuita que se encuentra en el pueblo de Pátzcuaro y que es parte de la SECUM al igual que el taller Casa Zalce, y el taller de gráfica Clavijero en la ciudad de Morelia. Quien atendió, fue un maestro reconocido, cuyo taller de grabado también se encuentra en el pueblo.

El grabador sugirió la visita a otro maestro, anterior encargado del taller en el Jesuita, el cual abrió su galería y espacio de creación también en el centro histórico de la zona. A partir de este contacto se consiguió el número telefónico de un artista de renombre y profesor de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH), quién por su lado, proporcionó otros ocho números de celular y se ofreció para compartir en su muro de *Facebook* la liga de la encuesta. Esta última estrategia se implementó con otros dos participantes clave para la socialización del instrumento de evaluación.

Otras dos tácticas que sirvieron para identificar grabadores, en el Estado, fueron la revisión de notas sobre esta práctica artística en periódicos digitales michoacanos, así como la visita a tiendas de arte y artesanías en donde se exponen estampas. Por medio de esta última estrategia, se encontró a otro maestro grabador con el cual fue posible llegar a otros ocho contactos más y contactarlos por medio de *WhatsApp*.

Gracias a los nombres conseguidos hasta ese momento, se encontraron los sitios en *Instagram* de estos grabadores, lo que sirvió para conseguir varias sugerencias a páginas similares. Se procedió a la revisión de todas las recomendaciones para localizar a las y los grabadores michoacanos. Con un propósito igual, se examinaron las páginas que seguían estos creadores y algunos otros nombres clave que procedían de las publicaciones en estos muros. Lo anterior, bajo una lógica de redes

en que cada uno de los nodos está conectado con otro de interés, lo que fue una estrategia que obtuvo los resultados esperados.

A partir de este rastreo se conoció que varios de los grabadores no trabajan en solitario, sino que tienden a agruparse en talleres y colectivos, ya sea porque realizan exposiciones colectivas; o porque, fueron compañeros de estudio en la Facultad Popular de Bellas Artes de la UMSH; también que, entre ellos han unido esfuerzos para mantener en conjunto un espacio con el equipo y la maquinaria que requieren sus procesos.

Sin embargo, el censo hasta ese momento conformado, solo mostraba como municipios de creación del grabado, Morelia, Pátzcuaro y Uruapan, entre otros espacios aledaños, por lo que fue necesario acotar la muestra a un radio de informantes dispersos entre Morelia como centro de referencia y Uruapan como punto distante, en un intento de disminuir el sesgo de información. Se tomó como referencia este último municipio, ya que, este mostró la segunda concentración de grabadores más grande, después de la capital del Estado.

El mapa muestra 113 municipios (véase ANEXO 7), de los cuáles, solo 72 fueron considerados. No obstante, como ya se contaba con su registro, se conservaron los datos proporcionados de un encuestado proveniente de Lázaro Cárdenas que se salía del radio geográfico de selección, dando un total de 73 zonas geográficas.

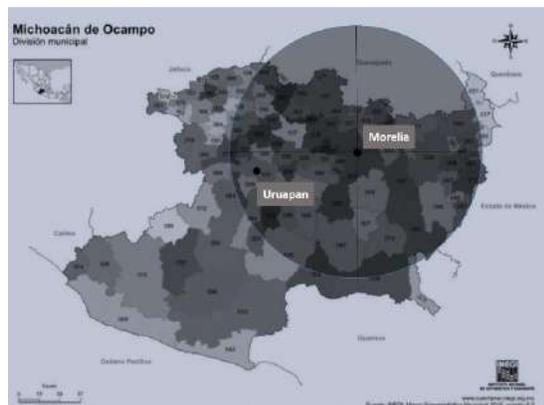


Figura 2. Mapa de los municipios de Michoacán de Ocampo, INEGI, 2010

Con base a esta demarcación y a través del buscador de Internet *Google* con las palabras clave *municipio tal, más, taller de grabado* entrecomilladas [para búsquedas exactas], se realizó un sondeo para localizar cualquier maestro o taller en grabado en las zonas asignadas. El mismo rastreo de información se hizo por medio de los sitios de redes sociales *Facebook* e *Instagram*. De igual manera, para mayor seguridad, se consultó la lista de casas y centros culturales que proporciona el SIC (Sistema de Información Cultural en México) y a partir de dicha información se procedió a una nueva búsqueda en *Google* y *Facebook*.

El resultado fue que, únicamente se aprecian grabadores michoacanos en 14 municipios: Ario, Copándaro, Cherán, Jacona, Lázaro Cárdenas, Morelia, Pátzcuaro, Penjamillo, La Piedad, Tarímbaro, Tzintzuntzan, Uruapan, Zamora y Zitácuaro; más un taller *el cuervo* en Maravatío, cuya última y única mención en Internet fue en el 2018. Se tomó a consideración que pueden existir más lugares en el estado de Michoacán que estén produciendo grabado pero que no aparecen en algún sitio en el ciberespacio.

La red final que se conformó a través de estas estrategias de localización permitió dar cuenta de veintisiete talleres, cinco colectivos, una página en *Facebook* e *Instagram* especializado en la difusión de gráfica, una Sociedad Michoacana de Grabadores [SMG], más setenta y ocho practicantes del grabado en el estado de Michoacán de Ocampo; los cuales fueron ubicados para hacerles llegar el *link* del cuestionario por medio de correo electrónico, *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp*. Es importante aludir sobre este censo que un 79.5% usan *Facebook*; 82.1% usan *Instagram*; 68.8% usan ambas; y 6.3% no fue localizado en ninguna de estas dos plataformas.

A partir de esta trayectoria es que fueron elegidos las personas con quienes se socializó la encuesta *online*: <https://www.questionpro.com/t/ARb3pZjqpE>. De los cuales cincuenta y uno contestaron, lo que representa el 65.4% del censo de las y los grabadores registrados.

4. 3. 1. 1. Sistematización de la información obtenida en la encuesta

Después de aplicar los cuestionarios se procedió a una sistematización de la base de datos, para ello, se implementaron diversas estrategias según la naturaleza de cada pregunta. En principio las respuestas se ordenaron en el programa *Excel*, para después limpiarse y detectar aquellas respuestas incompletas que se transformaron en cifras perdidas. Es importante aclarar que algunas de las cifras fueron redondeadas a partir de punto cinco décimas y centésimas para poder sumar 100%.

La información de origen métrico como edad y años de dedicación al grabado se ordenaron en rangos para poder obtener datos como la media, mediana y moda; porcentajes y frecuencias. Para la representación de dichas cifras se ocuparon histogramas.

A los ítems de naturaleza nominal, es decir, dicotómica, se les asignó un número de código: 1 Masculino, 2 Femenino; 1 Si, 2 No; 1 Primaria, 2 Secundaria, 3 Preparatoria, 4 Universidad, 5 Posgrado; 1 Ario, 2 Copándaro, 3 La Piedad, 4 Lázaro Cárdenas, 5 Morelia, 6 Pátzcuaro, 7 Tarímbaro, 8 Uruapan y 9 Zitácuaro. Al ser excluyentes, se obtuvo un análisis de frecuencias y porcentajes; y los datos se representaron en gráficas de pastel y barras.

Sobre esta misma categoría aquellas preguntas de opción *si* y *no*, fueron incluidas respuestas abiertas introducidas por el cuestionamiento *¿Por qué?*, por tanto, a los datos analizados con una base estadística fue posible introducirles una visión cualitativa. Cabe mencionar que se consideraron como respuestas *no* las oraciones que comenzaban con *-a veces-*. Se leyeron cada una de las réplicas y se agruparon en temáticas similares con la finalidad de procesar la información en una dimensión cuantitativa.

Así también, esta información se analizó de manera cualitativa, así que en el cuerpo del texto fueron incluidas, entre comillas, algunas oraciones que reflejaban las opiniones varias de los encuestados. Otra manera de lograr este tipo de análisis no

numérico fue a través de nubes de palabras generadas a partir de la plataforma *online* de uso libre *WordArt.com*

Para ello se agruparon en *Excel* las oraciones de las respuestas en verbos, sustantivos y adjetivos, excluyendo preposiciones y artículos; así también se aglomeraron significados similares o se hicieron uniones semánticas dejando la propuesta más acorde a aquello que deseaba representar. Lo mismo se realizó en el caso de las preguntas abiertas que no tenían un cuestionamiento *sí* y *no*. No obstante, dicha técnica de análisis cualitativo se realizó únicamente en aquellos ítems en que este modo de representatividad resultó conveniente.

Las preguntas de opción múltiple o de origen ordinal que estuvieron presentes en escala de *Likert*, obtuvieron datos como frecuencias y porcentajes y su representación fue a través de gráfica de barras.

Por último, las preguntas de opción múltiple que incluían las referencias a los tres sitios de redes sociales más mencionados en las prácticas de los artistas tuvieron un tratamiento distinto. Se notó que *Twitter* fue una respuesta poco común por lo que se consideró como parte de la información de otros y en su lugar se crearon categorías en las gráficas de barras para aquellas plataformas que tuvieron varias menciones.

4. 3. 2. Acercamiento empírico al objeto de estudio a través del análisis de redes sociales

A fin de determinar la muestra para este análisis de redes sociales, primero se calculó los *post* por año que realizaron La SMG y los talleres que la componen, en *Facebook* (FB) e *Instagram* (IG). En promedio estos grabadores *postearon* 28 publicaciones en FB y 33 en IG al año, lo que significó recibir entre ellos un total de 6 mil 540 *likes* en la primera plataforma y mil 996 *likes* en la segunda.

Cada *like* y sus variantes (me importa, me entristece, me da risa, me enoja) representa un nodo o actor que interactúa con la muestra, así, muchas interacciones

son reflejo del tipo de relación social que se establece en la red y cuya tipología pudo ser observada a través de los comentarios que estos nodos dejaron en cada cuenta. Los lazos sociales, en cambio, se manifestaron en la acción comunicativa de los actores de compartir las publicaciones de La SMG y los otros talleres, tomando en cuenta que el distribuir la información es una forma de cooperación y canalización de recursos hacia la estructura que va más allá de la simple interacción.

No obstante, referente a las cifras arriba mencionadas, el promedio de *likes* a revisar hubiera sido de mil 90 en IG y 333 en FB por cada una de las cuentas de La SMG y los talleres, lo que representaría un problema, considerando que tanto los perfiles de Las Adelitas y La SMG tienen una cantidad de interacciones menor a la requerida por la media aritmética, dado el poco uso de sus cuentas.

A razón de lo expuesto, se tomó como marco de referencia la cuenta con la menor cantidad de publicaciones y *likes* que fue el taller Las Adelitas con 144 me gusta en total en *Instagram*. Ello, en pleno reconocimiento de que existen otros perfiles de la muestra con un mayor proceso de interacción como ha sido el caso del taller de Los Agachados con mil 700 corazones en IG y 732 interacciones en FB (de los datos de referencia más altos).

Con base a esta cifra, se extrajeron los últimos 144 perfiles que habían dado *like* a los *post* de La SMG y sus talleres en FB e IG; iniciando la recolección de datos a partir de las publicaciones del 2 de febrero del 2021 y anteriores, concluyendo dicha extracción una vez se sumaran las 144 reacciones arriba propuestas, sin importar el año de publicación en que fueron emitidos estos mensajes y de acuerdo al orden propuesto por cada plataforma. También se consideraron publicaciones sin *likes* pero que contenían otros datos ya fuera a través de comentarios o la acción de compartir.

Sin embargo, no fue posible recuperar los nodos sobre los videos o las publicaciones compartidas en *Instagram* ya que el sitio *web* no lo permite, caso

contrario en *Facebook* en donde fue posible ver los perfiles que dieron *like* a los videos o distribuyeron el contenido con terceros.

Cabe aludir que para dicha extracción de datos se creó una cuenta en *Google*, *Facebook* e *Instagram* con el objetivo de reducir, en la medida de lo posible, la inferencia de los algoritmos de dichas plataformas en Internet, en virtud de evitar un sesgo en la investigación.

4. 3. 2. 1. Sistematización de la información obtenida en el análisis de redes sociales

Para empezar, se generó una base de datos en *Excel* con los nombres de usuario (que tienen en FB e IG) de los integrantes de los cinco talleres que forman parte de la Sociedad Michoacana de Grabadores; cuyas celdas fueron coloreadas respectivamente.

Después, se procedió a extraer los últimos 144 perfiles que habían dado *like* a la cuenta de *Instagram* de Las Adelitas y de manera ordenada se copiaron cada uno de los nodos en una hoja *Word* para borrar datos innecesarios como fotos de perfil. Una vez hecha dicha limpieza se traspasaron los nombres de usuario en una hoja de *Excel* que, a propósito, contenían un hipervínculo con las páginas de cada actor. Gracias a la numeración presente a la izquierda de toda columna *A* en *Excel*, fue posible verificar que los nodos transcritos desde *Word* correspondían a los 144 perfiles necesarios.

Debajo de estos nombres se copió la base de datos de los cinco talleres para filtrar la información en orden alfabético de la *A* a la *Z* con la finalidad de identificar cuáles de los nodos se duplicaban con las celdas coloreadas de La SMG y con ello se codificaron con un 0, en la columna *B*, a los actores que correspondían a esta sociedad. Posteriormente, se borraron las filas insertadas del primer inventario de talleres para de nuevo quedar con 144 usuarios.

Una vez realizado lo anterior, se visitaron cada uno de los perfiles y se codificaron según su tipo de nodo. Los artistas (código 1) pudieron ser detectados ya que sus contenidos en *Instagram* correspondían a fotografías de sus prácticas artísticas o porque la información en sus cuentas así lo mencionaba; los productores (código 2) se revelaron a partir de su naturaleza de talleres, museos o galerías de arte; los auxiliares de producción (código 3) en cambio sólo fue posible localizarlos a partir de su biografía en el sitio; los usuarios que parecía no pertenecer a ninguna de las categorías anteriores fueron codificados con un 4; y finalmente las cuentas privadas sin datos por analizar fueron asignadas con el número 5.

Aprovechando que la información estaba ordenada alfabéticamente, y de acuerdo a las repeticiones de los nodos, en la columna C se contabilizaron la frecuencia con que estos actores habían interactuado en las publicaciones. Así también se añadieron algunas notas.

Al igual que con la página de Las Adelitas, se extrajeron los perfiles que interactuaban con el taller de Los Agachados para después limpiarlos en *Word* y copiarlos en una segunda hoja de *Excel*, y al igual que en el caso anterior, los datos se ordenaron de la A a la Z junto a la base de datos de los integrantes de La SMG para detectar los nodos codificados con el número 0.

Seguido de ello, se sumaron en la hoja la información obtenida de la cuenta de Las Adelitas (códigos, frecuencias y notas) para ser filtrada en orden alfabético con el objetivo de duplicar aquellos datos de los nodos ya obtenidos, y evitar visitar el perfil de un actor ya identificado. Después se borraron las filas correspondientes al primer taller, las cuales se distinguían por tener un color diferente de letra, quedando así los 144 *likes* iniciales. Se codificaron aquellos nodos aún no reconocidos, se contabilizaron las frecuencias de interacción y se agregaron algunas notas oportunas.

Esta metodología se implementó a las cuatro cuentas restantes: Nurite Gráfico, La Olotera, Axuni Gráfico y la Sociedad Michoacana de Grabadores. Al final, se

reunieron todos los datos en una sola hoja de *Excel*, cuya información se filtró por orden alfabético para sumar las frecuencias de aquellos nodos que aparecían en más de una ocasión en las publicaciones de distintos talleres. Al ordenar los códigos de menor a mayor se detectaron el tipo de nodo que interactuaba más en *Instagram* con los grabadores; y al filtrar las frecuencias de mayor a menor fue posible visibilizar aquellos actores con más incidencia en la red del grabado michoacano.

Referente a la observación de *Facebook* y sus actores, la sistematización de los datos fue igual, con la única diferencia de que a los datos se incluyeron los nodos de perfiles que compartieron la información en sus perfiles de las publicaciones realizadas por La SMG y sus talleres.

Se analizaron como datos nominales o dicotómicos los tipos de nodos (Batista, et al, 2010), que fueron codificados con los números 1, 2, 3, 4 y 5, y por tanto al ser excluyentes, se obtuvo un análisis de frecuencias y porcentajes; y los datos se representaron en gráficas barras.

El número de veces en que se dio *like* a una publicación o se compartió un *post* se consideró como información de origen métrico y, por tanto, se obtuvieron porcentajes y frecuencias. Además, para la representación de dichas cifras se ocuparon histogramas y nubes de palabras para visibilizar aquellos nodos con mayor conexión en la red social.

4. 3. 3. Acercamiento empírico al objeto de estudio a través de la entrevista semi estructurada

El criterio para elegir a los sujetos de análisis fue por medio de una muestra no estadística variada, a través de la cual fue posible mostrar las distintas perspectivas de los entrevistados y “localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades” entre las respuestas, “a fin de representar la complejidad del fenómeno estudiado” (Batista, et al., 2010, p. 397).

En este sentido, las y los entrevistados fueron aquellos nodos que más interactuaron en las páginas de *Facebook* e *Instagram* que tienen los talleres de La Sociedad Michoacana de Grabadores (SMG); tal cual, pudo observarse en el análisis de redes sociales de la fase anterior. Así también, se sumó el testimonio de un actor relacionado a la Secretaría de Cultura de Michoacán (productor del mensaje); y un nodo reconocido en el medio.

Los entrevistados viven en Morelia, Uruapan y Pátzcuaro, los tres municipios de Michoacán en donde se observa, de acuerdo a los resultados de la encuesta, el mayor número de artistas produciendo en el grabado michoacano.

A respecto de lo mencionado, las características de los sujetos de análisis son las siguientes:

Grabadora 1: Es miembro de La SMG y participa en el taller que más apoya a los otros integrantes de la Sociedad Michoacana en sus sitios de redes sociales. También, es el nodo con mayor interacción en los perfiles de *Instagram* de La SMG, y uno de los usuarios que encabeza la lista de conexiones en las páginas de *Facebook* de esta misma Sociedad.

Es la entrevistada más joven de la muestra y la única cuya trayectoria es emergente, debido a que aún se encuentra en formación en la Facultad Popular de Bellas Artes (FPBA); lo que significa que es la única que ha iniciado su formación académica a la par del uso de dichas tecnologías.

Grabadora 2: Es otro de los nodos con mayor interacción en las páginas de *Facebook* de La SMG, no obstante, sus esfuerzos en el grabado michoacano los realiza fuera de la Sociedad Michoacana de Grabadores.

Es doctora en ciencias pedagógicas y maestra en artes plásticas con especialidad en gráfica. Además, es docente en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, investigadora y miembro del Sistema Nacional de Creadores de Arte (SNCA).

Grabador 3: Al igual que el perfil anterior, es uno de los usuarios grabadores con más interacción en *Facebook*, su labor creativa no es parte de La SMG.

Actualmente trabaja para el taller de gráfica de la MAPECO en Uruapan Michoacán y en los Semilleros Creativos del Gobierno Federal. Ha dado clases a nivel primaria, secundaria, preparatoria y licenciatura. Además de ser un artista con reconocimiento en la gráfica michoacana.

Grabador 4: Tiene su taller y galería en el pueblo de Pátzcuaro, lugar donde fue director del taller de grabado en el centro cultural del Antiguo Colegio Jesuita. Es un autor reconocido, realizó la venta de sus trabajos mucho antes de la proliferación de los sitios de redes sociales, cuya percepción respecto al tema no es tecno entusiasta. Además, es docente en la Escuela Nacional de Estudios Superiores de la UNAM. A sus logros se suman, en el 2019, la mención honorífica en la XI Bienal del pacífico de Pintura y Grabado Javier Mariano.

Grabadora 5: Se formó en la Facultad Popular de Bellas Artes en el área de pintura y nuevas tecnologías, sin embargo, sus estudios como grabadora comenzaron en el taller de la MAPECO. Por lo anterior, su relación con la Sociedad Michoacana de Grabadores es lejana, convirtiéndola en un nodo *cluster*, con mayor interacción con los nodos productores y auxiliares.

Trabajó impartiendo cursos y talleres de gráfica en la Casa Zalce y, actualmente se encarga del taller de grabado del Centro Cultural Clavijero. Ambas instituciones referidas a la Secretaría de Cultura del Estado de Michoacán.

Por otro lado, en este instrumento se incluyeron las opiniones de tres de los usuarios que más interactúan en los sitios de redes sociales de La SMG. Si bien, los sujetos de análisis en la entrevista semi estructurada fueron los grabadores michoacanos, atender a la voz de sus seguidores a través de estas plataformas permite una consulta profunda a los motivos por los cuales se establecen conexiones entre creadores y admiradores, y en consecuencia los capitales sociales a disposición. A

razón de lo anterior, las características de dichos entrevistados fueron las siguientes:

Seguidor 1: Es estudiante de diseño gráfico y artista visual, aunque dentro de la red se identifica a sí mismo como músico y no está interesado en practicar grabado. En sus palabras: “los, las y les grabadores que sigo, todos son personas que conozco, o sea, la gran mayoría no es gente que los siga tanto por su trabajo, sino porque los he conocido a nivel personal en algún momento”.

Seguidor 2: Estudió en la FPBA de Morelia y se especializó en escultura, no obstante, tiene poco más de dos años viviendo en la ciudad de Puebla donde ha dedicado su labor artística a practicar de manera autodidacta, grabado y estampa. Sin embargo, visita en ocasiones Morelia y Pátzcuaro para conocer talleres y grabadores en estos lugares.

Seguidora 3: Inició sus estudios como historiadora en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, empero, desistió en dicha profesión para estudiar, próximamente, artes visuales en la Facultad Popular de Bellas Artes.

4. 3. 3. 1. Sistematización de la información obtenida en la entrevista semi estructurada

Las entrevistas se transcribieron en *Word* con ayuda de la herramienta de dictado de este procesador de texto. No obstante, fue necesario revisar cada uno de los audios para poder agregar a las entrevistas escritas algunos signos ortográficos y rectificar los errores gramaticales que fueron omitidos por *Word*. También se añadieron códigos para identificar el origen de cada respuesta de acuerdo a las subcategorías planteadas en el cuadro de operacionalización que corresponde a esta fase.

Después de ello, se realizó una segunda lectura para dividir las respuestas por pregunta y generar con ello una serie de hojas de *Word*. A la par de esta revisión

se incluyeron notas para destacar algunos argumentos que posteriormente se integrarían a la redacción del análisis.

Esta categorización por temáticas funcionó para buscar relaciones y patrones entre los cinco entrevistados y con ello crear una respuesta única a las preguntas, además de un análisis a profundidad. A parte, también se incluyeron aquellas perspectivas individuales que dieron cabida a respuestas distintas, pero con contenido necesario para comprender el fenómeno estudiado.

El análisis final fue el resultado de un análisis cualitativo de las respuestas y la suma de cada una de las entrevistas revisadas.

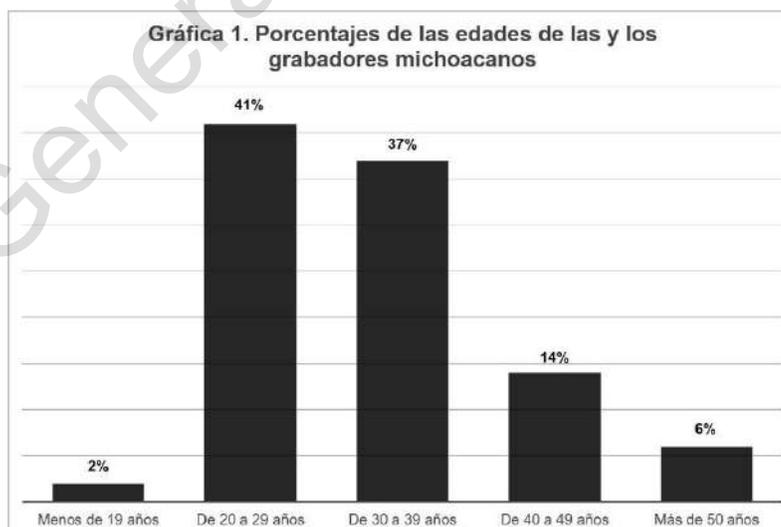
CAPÍTULO 5. RESULTADOS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN POR ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Este capítulo integra los resultados y el análisis de los datos obtenidos en campo a través de los instrumentos encuesta, análisis de redes sociales y entrevista semi estructurada, en orden de aparición. Cabe aclarar que la información presentada en este apartado no debe confundirse con los hallazgos de la tesis.

5. 1. Análisis e interpretación de la información obtenida en la encuesta

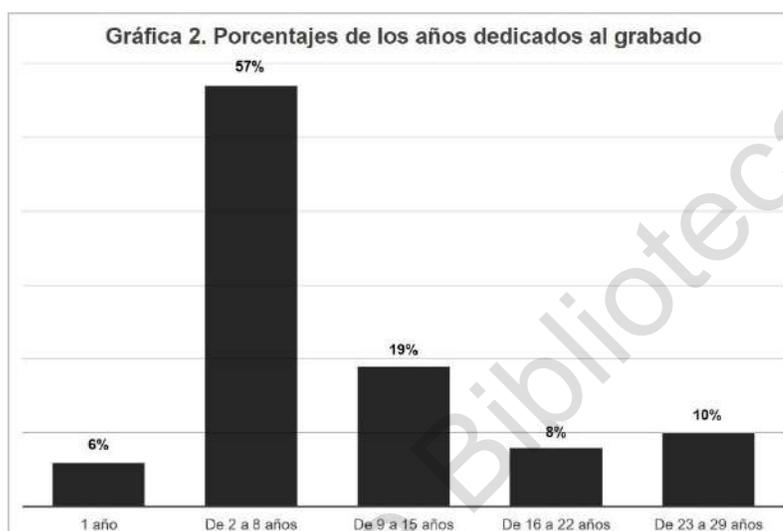
Datos generales

Los encuestados tienen una edad promedio de 33 años, sin embargo, la moda sugiere que 27 años es la cifra más mencionada, en tanto la media es de 30 años. El encuestado más joven tiene 19 años y el más grande cumplió 65 años. Con base en los porcentajes, el grupo más preponderante está entre los 20 y los 29 años, seguido de aquellos que tienen entre 30 y 39 años. Cabe agregar que el único encuestado que no usa redes sociales para sus prácticas en el grabado tiene 59 años.



Las cifras anteriores son congruentes, dado que el promedio de años de dedicación al grabado es de 9 años (8.8), siendo 25 años de práctica el tiempo más longevo.

Sobre lo anterior, la mediana es de 6 años, la moda se ubica entre 4 y 6 años, pero la segunda cifra mayormente aludida es de 8 años. El grupo con mayor porcentaje se ubica entre los 2 a 8 años de trabajo. Lo que significaría una iniciación en esta práctica artística entre los 20 y los 30 años de edad.



Cómo podemos observar, en la siguiente gráfica de pastel¹³, el 71 por ciento de la muestra son hombres y el 29 restante son mujeres.

Gráfica 3. Porcentaje de mujeres y hombres que practican grabado en Michoacán de Ocampo



¹³ Todas las imágenes en las gráficas de pastel se tratan de grabados del artista michoacano Iván Montero. Imagen de la gráfica de pastel 3 por Montero (2019), Limoneros.

También, a través del rastreo de información para esta encuesta, se detectaron dos talleres exclusivos de grabadoras: Las revueltas gráficas y Las Adelitas, por lo que se infiere que esta práctica ha dado paso a una mayor participación por parte del género femenino como no se había observado en siglos pasados en México.

En su mayoría, es decir, el 63% de la población, trabaja en la capital del Estado; en segundo lugar, se encuentra la ciudad de Uruapan con una cifra casi cinco veces inferior del 14%, seguido de Pátzcuaro y Tarímbaro con 6% cada uno. A modo de memoria, son Zalce de Pátzcuaro y Morelia y, el Mapeco de Uruapan referencias del grabado en el siglo XX, por lo que, puede intuirse su herencia en la gráfica michoacana, y en cómo los talleres continúan el legado.

Municipio	Frecuencias	Porcentajes
Ario	1	1.96%
Copándaro	2	3.92%
La Piedad	1	1.96%
Lázaro Cárdenas	1	1.96%
Morelia	32	62.75%
Pátzcuaro	3	5.88%
Tarímbaro	3	5.88%
Uruapan	7	13.73%
Zitácuaro	1	1.96%

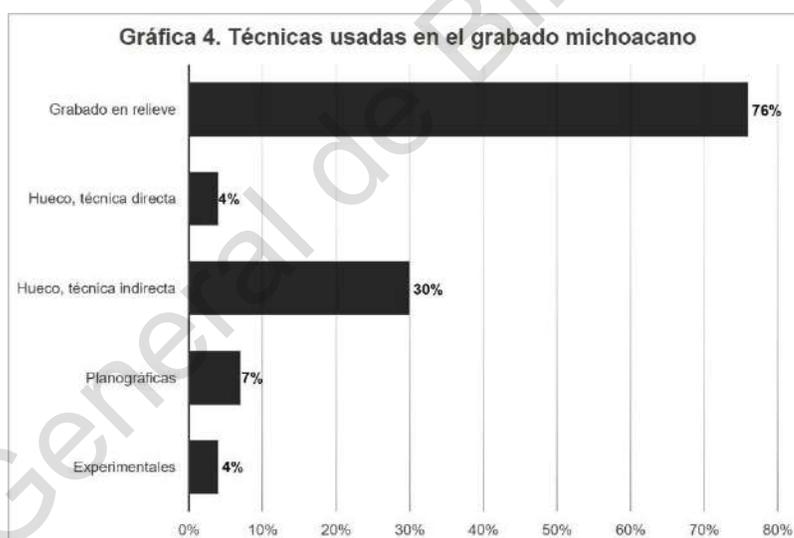
Tabla 4. Frecuencias y porcentajes de la distribución del grabado michoacano por municipios

Último nivel escolar cursado	Frecuencias	Porcentajes
Primaria	0	2%
Secundaria	1	10%
Preparatoria	5	12%
Universidad	39	76%
Posgrado	6	12%

Tabla 5. Frecuencias y porcentajes del último nivel escolar cursado

Referente a la anterior tabla, si la edad más baja ha sido 19 años, la mayoría, tienen una educación de nivel superior (88%), frente a una única persona que concluyó la secundaria y cinco más que terminaron la preparatoria. Siendo la universidad el nivel escolar con mayor porcentaje observado.

Como se observa en la siguiente gráfica, las técnicas más utilizadas por las y los grabadores michoacanos son la linografía con 24 menciones y la xilografía con una frecuencia de 17 personas. Mientras que las menos ejecutadas son el taco y placa perdida, la punta seca, la algrafía y el buril. Desde otra perspectiva, son las técnicas de grabado en relieve las más utilizadas ya que solo el 24% de los encuestados no las ejecuta. Es la única técnica que se practica mayoritariamente, siendo que el resto, prepondera el desuso de las mismas.



Uso de sitios de redes sociales para las prácticas del grabado

Tanto para la difusión, comunicación, socialización, exposición, venta, promoción, producción, creación, trayectoria, etc., la media de uso es de tres redes por grabador; lo más usual es que utilicen de dos a tres sitios de redes sociales. *Facebook* e *Instagram* (92%), por igual, son las plataformas más utilizadas para llevar a cabo las prácticas en el grabado michoacano, además de las únicas cuyo

uso es mayor a su porcentaje de no uso. No obstante, surge el caso único de quién maneja siete cuentas.

También se percibe que aquellos que no usan *Facebook*, sí usan *Instagram* y viceversa. *WhatsApp*, después de la mencionadas, es la red más ocupada (45% de la muestra). En menor medida aparecen *YouTube* (10%); *Behance* (6%); *Google +* (5%); *DeviantArt*, *LinkedIn* y *Twitter* (4%); así como, *Pinterest*, *Snapchat*, *Tumblr*, *Vimeo* y *Zoom* (2%). Las que no fueron usadas son *Flickr*, *Taringa!* y *TikTok*. En la encuesta, además, aparecen otras páginas en Internet como *Mercado Libre* y *Amazon* que son de comercio electrónico, *Grindr* que es una aplicación de citas, y la plataforma para desarrollo web *Wix*.



De acuerdo con Cauquelin (2002), estar presentes en toda la red es una manera de mantener los niveles de producción altos para generar una mayor actividad de contenidos y entablar diversas conexiones. No obstante, como mostrará más adelante la información, la posibilidad de manejar más de un perfil en los sitios de redes sociales choca con la desventaja de la pérdida de tiempo ante el uso de estas plataformas, además de necesitar de un profesional que ayude a administrar dichas cuentas. Lo que puede explicar que ante 17 opciones diferentes que se les presentó a los grabadores para elegir, el promedio fuera de tres que, a diferencia de *DeviantArt* y *Behance*, no están especializadas en arte, por lo que es probable que

estos espacios en Internet les funcionen inclusive para actividades no relacionadas con sus prácticas artísticas.

Sobre lo anterior, en ocasiones son los seguidores o fans del artista quienes incluyen al creador a otras redes, aunque ellos no abran una cuenta en estos sitios; tal fue el caso del maestro reconocido Artemio Rodríguez quién tiene presencia en redes como *Pinterest* o *YouTube* sin generar contenidos para estas plataformas. Esto acontece porque son los espectadores e inclusive la prensa escrita quienes contribuyen en incrementar sus niveles de producción a través de la difusión y exposición de sus trabajos. Para los artistas emergentes, estas estrategias no resultan asequibles puesto que necesitan contar con reconocimiento para hacer fluir su mensaje dentro de la red del arte en bondad del uso de estos medios digitales.

El tipo de información que comparten a través de los sitios de redes sociales son los procesos de creación, es decir, la manera en que fueron producidos los grabados, la imagen de la obra producida, los precios, la información relativa a los datos de la ficha técnica como dimensiones, técnica, materiales, año de producción, número de serie, etc. “Y en ocasiones el contexto, reseña o la historia que pueda contener la pieza” (encuestado 06¹⁴); así como, invitaciones a talleres, eventos y exposiciones. Son la inclusión de fotografías y datos de obra las únicas cifras que rebasan a aquellos que no incorporan dichos elementos.

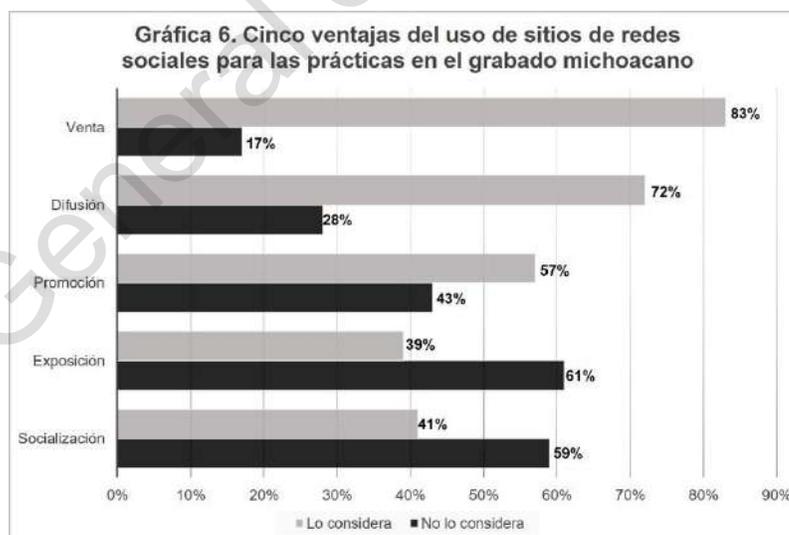
Sobre esto, es posible conjeturar que los esfuerzos de comunicación están puestos sobre la pieza de arte, por la cual, se conoce al creador, los colectivos y los talleres. A mencionar de esto, solo se hace alusión a la palabra artista dos veces y bajo ningún caso se menciona la inclusión de la biografía artística, con ello, se determina que el uso de las redes sociales más que una plataforma para gestar al grabador como marca, se utiliza como un espacio para las creaciones que, además, no solo estas dispuestos a manera de una exposición digital, sino como productos en venta.

¹⁴ Encuestada o encuestado es un ID asignado a cada uno de las y los grabadores que fueron encuestados en la primera fase de investigación. Así también, se tratan de las réplicas a preguntas de naturaleza abierta y de análisis cualitativo.

Si incluye el proceso	17	Si incluye la imagen	25	Si incluye los precios	6	Si incluye información de ficha técnica	29	Si incluye eventos, exposiciones y talleres	9
No lo hace	29	No lo hace	21	No lo hace	40	No lo hace	17	No lo hace	37
%Si	37	%Si	54	%Si	13	%Si	63	%Si	20
%No	63	%No	46	%No	87	%No	37	%No	80

Tabla 6. Frecuencias y porcentajes del tipo de información que se comparte a través de los sitios de redes sociales

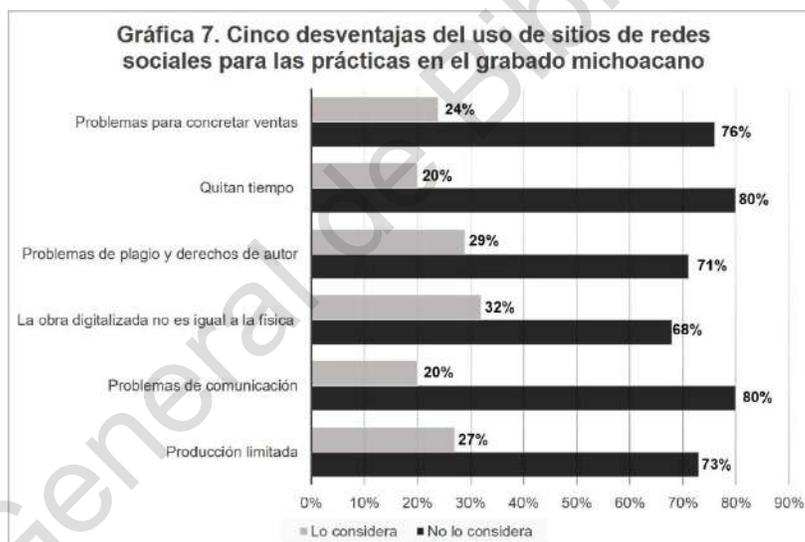
Las cinco principales ventajas que observan de los sitios de redes sociales las y los grabadores para sus prácticas son: la socialización (41%), la exposición (39%), la promoción (57%), la difusión (72%) y la venta (83%). Siendo las últimas tres las que obtuvieron una frecuencia por encima de los que no consideraron estas respuestas como un punto a favor. Una vez más, se observó la intención de venta y la difusión como factores que son determinantes en los usos.



También se aludieron respuestas menos frecuentes como: “conocer el trabajo de otras personas” (encuestada 12), “de distintos gremios no solo el artístico” (encuestada 17); “un trato directo con los compradores” (encuestado 28); generación de una “red de contactos” (encuestado 02); “autonomía a la hora de

Figura 3. Nube de palabras de las cinco ventajas del uso de sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano

Las cinco desventajas que anotaron las y los grabadores respecto al uso de dichas tecnologías son: los problemas relacionados con la concreción de ventas (27%); la pérdida de tiempo (20%); el plagio y los derechos de autor (32%); la apreciación de la obra física frente a la obra digitalizada (29%); los inconvenientes en la comunicación (20%); y la producción limitada (24%). Cabe resaltar que ninguna de las anteriores superó la mayoría de frecuencias de respuesta, por lo que, aunque se visualicen como puntos en contra de estas tecnologías, no son tan frecuentes al igual que las ventajas observada.



Como se observó antes, una de las ventajas más ponderadas sobre estas plataformas son la posibilidad de vender los grabados, no obstante, la erogación en sí misma no parece estar avalada, “a veces es falso el interés por la obra y la venta” (encuestado 04) y hay una “falta de seriedad” en esto último (encuestado 33), “no es garantía de [...] poder comercializar o llegar a públicos, no genera un beneficio real, ni crecimiento” (encuestado 06); además de que es “posible [un] fraude” tanto en la “compra o venta” (encuestado 47).

A pesar de que la difusión fue una ventaja, hay una preocupación acerca del plagio, “la reproducción no autorizada” (encuestado 18), los derechos de autor y el robo de la autoría con fines “publicitarios” (encuestado 47), si es que estos no están registrados. Por tanto, se deduce que no se sienten inseguros sobre su imagen, sino sobre el uso indebido de lo que se comparte.

Observamos también problemas de censura y una “comunicación superficial” (encuestada 25), de “alcance” y una “difusión acotada” (encuestado 43), ya que, los sitios de redes sociales de acuerdo a los comentarios de los encuestados “no son garantía [...] de llegar a los públicos” (encuestado 06) adecuados; que puede ser a causa de “los algoritmos que no ayudan a llegar a un público nuevo” (encuestada 19).

Otras opiniones apuntan que, al digitalizar los grabados “las fotografías no hacen justicia a la obra original” (encuestada 15) y “no se pueden apreciar los detalles de las obras que de manera presencial si pueden captarse” (encuestada 19), “las redes ponen la reproductividad digital por encima de la analógica [ya que], la obra siempre se ve mejor en vivo” (encuestado 46).

Esta misma exposición masiva, respecto al criterio de los participantes genera una “saturación de contenidos” (encuestado 47); “las redes sociales están llenas de información y es muy difícil hacer notar las obras, normalmente lleva años de producción lograrlo” (encuestado 23), por lo que, las “imágenes pasan a ser obsoletas” (encuestado 47), “hay poca capacidad de retención en los receptores de la red. El *scrolling* condena todo lo posteado al olvido” (encuestado 46), así “la rapidez de la nueva información desplaza a la anterior” (encuestada 12).

Finalmente, existió una preocupación en torno al tiempo que consumen el manejo de estas plataformas; “el tiempo que lamentablemente sin darnos tanta cuenta, destinamos a las redes sociales para cuestiones no esenciales” (encuestada 12). También por la “rapidez mediática” (encuestado 50) que implica “publicar con mucha frecuencia, y actualizar a diario” (encuestada 25). En este sentido, la tecnología

número de frecuencias con relación a aquellos que no la utilizan, lo que representa alrededor de un 67.5% de uso. A decir de esto, predominan las imágenes y materiales de entornos digitales (90%) sobre la recolección gestada a partir de referencias análogas que fueron las revistas, los libros y las películas (10%)¹⁵.

Gráfica 8. Búsqueda de materiales para el proceso creativo

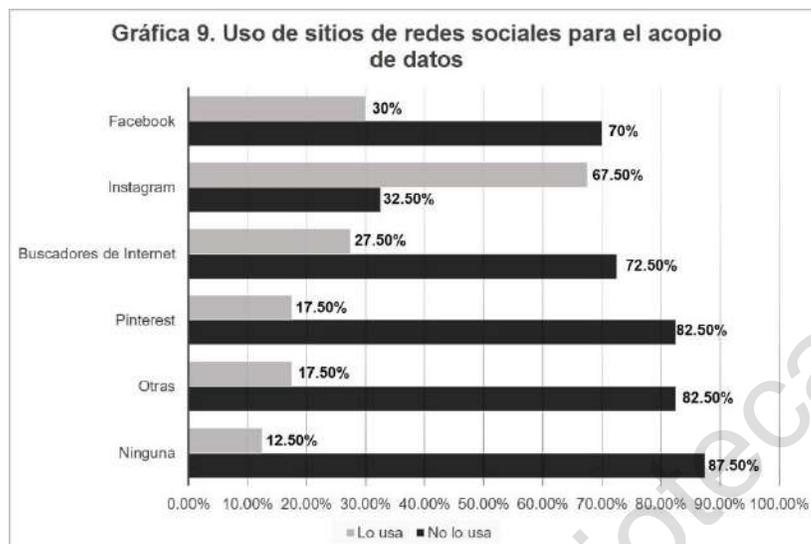


Otros sitios de redes sociales mencionados para este momento de la gestión de la obra fueron *Facebook* (30%) y *Pinterest* (17.5%), así como *Twitter*, *Spotify*, *Grindr* y blogs que en conjunto suman el 17.5%; además también fueron mencionados los buscadores en Internet (27.5%). Tan solo el 12.5% es decir cinco personas aludieron que no utilizan ningún medio ya sea tradicional o digital para acopiar datos, lo que significó que en su mayoría realizan este proceso creativo y que, además, lo resuelven a través de Internet.

	<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	<i>Pinterest</i>	Buscadores	Otras	Ninguna
Frecuencia que si utiliza	12	27	7	11	7	5
Frecuencia que no utiliza	28	13	33	29	33	35
%Si	30	67.5	17.5	27.5	17.5	12.5
%No	70	32.5	82.5	72.5	82.5	87.5

Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de los sitios de redes sociales usados para el acopio de datos

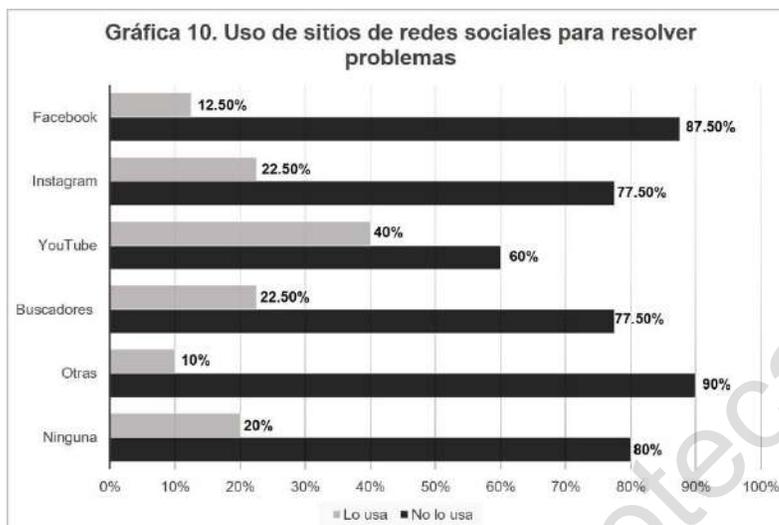
¹⁵ Imagen de la gráfica de pastel 8 por Montero (2020). Cruzando el río.



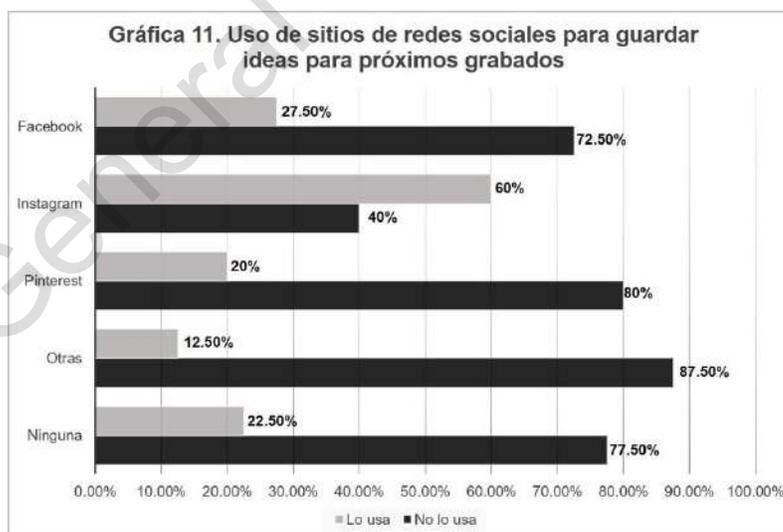
Un tercer momento del proceso creativo son la incubación y la intuición, lo que significa que el artista busca la resolución de los problemas que aparecen cuando una nueva idea se está gestando y para lo cual se lleva registro de las ideas. Con el fin de solucionar disyuntivas, los grabadores michoacanos recurren a *YouTube* (40%), *Instagram* (22.5%), *Facebook* (12.5%), *Twitter* y *WhatsApp* que juntas suman un 10%; así también recurren a los buscadores en Internet (22.5%). Sin embargo, son ocho personas (20%) quienes aluden no utilizar ningún medio tradicional como digital para solventar esta necesidad. Cabe agregar que, para tal fin no existe plataforma que supere en frecuencia o porcentaje la mitad de usuarios que recurren a su uso, salvo el caso de *YouTube* que se acerca al 50%.

	<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	<i>YouTube</i>	Buscadores	Otras	Ninguna
Frecuencia que si utiliza	5	9	16	9	4	8
Frecuencia que no utiliza	35	31	24	31	36	32
%Si	12.5	22.5	40	22.5	10	20
%No	87.5	77.5	60	77.5	90	80

Tabla 8. Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para resolver problemas derivados de la creación



En otro orden de ideas, se sabe por los encuestados que son *Instagram* (60%), *Facebook* (27.5%) y *Pinterest* (20%), las plataformas utilizadas para guardar y registrar ideas que servirán para próximos grabados. Son la minoría (nueve personas 22.5%) quienes no utilizan ningún medio digital ni los medios masivos de comunicación para tal objetivo.



Una vez más es posible apreciar que fue *Instagram* la plataforma más utilizada respecto a los procesos que involucran la búsqueda de imágenes para distintas necesidades, ya que, a través de este tipo de sitios, como se explicará más

adelante, el artista puede conocer la propuesta visual de otros artistas en México y en el mundo.

	<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	<i>Pinterest</i>	<i>Otras</i>	<i>Ninguna</i>
Frecuencia que si utiliza	11	24	8	5	9
Frecuencia que no utiliza	29	16	32	35	31
%Si	27.5	60	20	12.5	22.5
%No	72.5	40	80	87.5	77.5

Tabla 9. Frecuencias y porcentajes del uso de los sitios de redes sociales para llevar registro de ideas

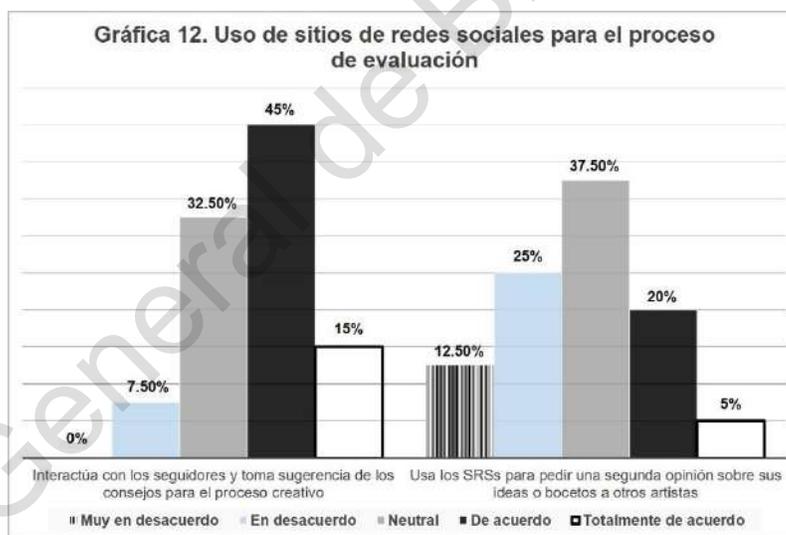
Con respecto al proceso creativo de evaluación, el 7.5% de los participantes no interactúa en sitios de redes sociales con sus seguidores para tomar sugerencia de consejos o recomendaciones para su obra. El 60% sí lo hace, siendo que solo el 15% se encuentra totalmente de acuerdo con este tipo de actividad; el 32.5% tiene una perspectiva neutral al respecto.

Sobre esto mismo, el 37.5% de los encuestados no piden una opinión a otros artistas sobre sus ideas o bocetos en estas plataformas, de este porcentaje el 12.5% se encuentra muy en desacuerdo en realizar dicha acción; en tanto el 25% sí se acerca a un colega para pedir consejos; y el 37.5% tiene un juicio neutral al respecto.

A la luz de estas cifras, casi el doble de las respuestas muestra que estos medios de comunicación digital son usados para los procesos de evaluación. Se observó que es más frecuente que las y los grabadores michoacanos, a través de los sitios de redes sociales, convoquen discernimientos del proceso creativo en compañía de sus seguidores que, de otros artífices, como veremos más adelante no significa que no busquen en ellos la resolución de conflictos, si no que no lo hacen de manera directa, es decir, preguntándoles por estos medios.

	Pide consejo a sus seguidores	Pide consejo a sus pares
Frecuencias		
Muy en desacuerdo	0	5
En desacuerdo	3	10
Neutral	13	15
De acuerdo	18	8
Totalmente de acuerdo	6	2
Porcentajes		
Muy en desacuerdo	0%	12.5%
En desacuerdo	7.5%	25%
Neutral	32.5%	37.5%
De acuerdo	45%	20%
Totalmente de acuerdo	15%	5%

Tabla 10. Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para la evaluación del proceso creativo

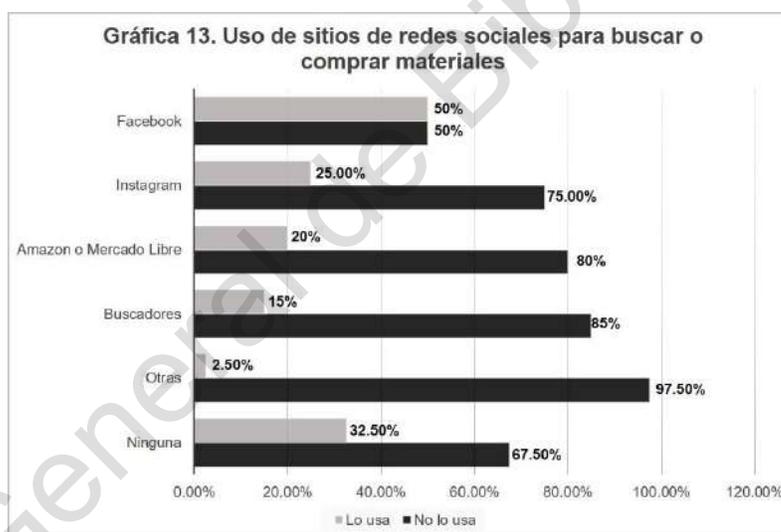


Para los procesos de elaboración, los sitios de redes sociales funcionan como espacios de compra en donde es posible adquirir insumos y materiales para la creación. En este sentido, el 67.5% de los encuestados utiliza recursos en Internet para conseguir su suministro y el 32.5% restante lo hace a través de proveedores análogos. Son *Facebook* (50%) e *Instagram* (25%) las redes ocupadas para este fin; así mismo páginas de Internet (2.5%), buscadores (15%), y *Amazon* y *Mercado Libre* (20%). Estos dos últimos espacios son mencionados por primera y única

ocasión lo que permite inferir que no son recursos ocupados para la venta, promoción, ni difusión del grabado michoacano.

	<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	<i>Amazon y Mercado Libre</i>	Buscadores	Otras	Ninguna
Frecuencia que si utiliza	20	10	8	6	1	13
Frecuencia que no utiliza	20	30	32	34	39	27
%Si	50	25	20	15	2.5	32.5
%No	50	75	80	85	97.5	67.5

Tabla 11. Frecuencias y porcentajes del uso de sitios de redes sociales para la compra de insumos y materiales



La comunicación es el último paso del proceso creativo de los artistas. A propósito de esto, en la siguiente gráfica¹⁶ se observa que el 93% de los encuestados difunden su trabajo en los sitios de redes sociales, frente al 7% que no lo hace.

Sobre aquellos que muestran su trabajo, todos comentaron hacerlo a través de plataformas en Internet, sin referencia a algún medio tradicional. Los sitios de redes sociales más utilizados son: *Instagram* (95%) y *Facebook* (85%); también fueron

¹⁶ Imagen de la gráfica de pastel 14 por Montero (2021), Cocinera Tradicional.

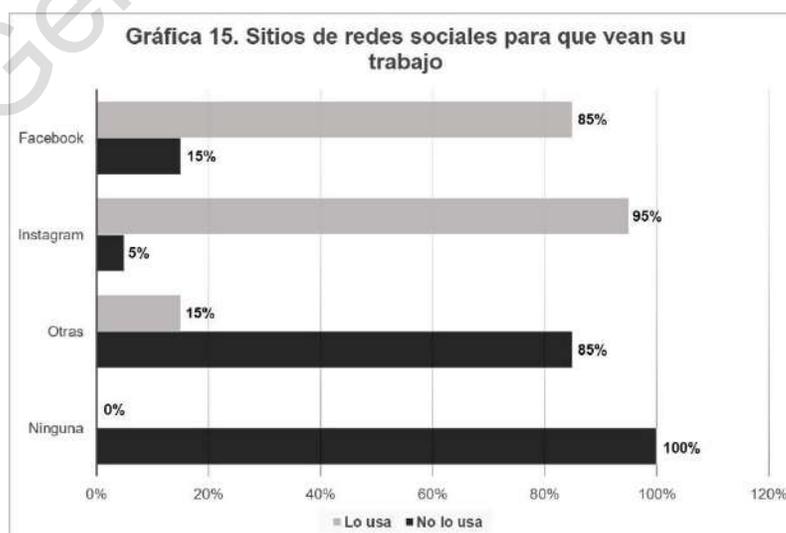
mencionados *Pinterest*, *Twitter*, *WhatsApp* y la página web *Wix* que juntos suman un 15% con respecto a quienes no usan estas últimas cuatro opciones.

Gráfica 14. Difusión en los sitios de redes sociales



	Facebook	Instagram	Otras	Ninguna
Frecuencia que si utiliza	34	38	6	0
Frecuencia que no utiliza	6	2	34	40
%Si	85	95	15	0
%No	15	5	85	100

Tabla 12. Frecuencias y porcentajes de los sitios de redes sociales para mostrar grabado



Sin embargo, a pesar de que la mayoría considere que los sitios de redes sociales son un espacio para la difusión de la obra, las posturas con respecto a que son un buen lugar para hacer exposiciones virtuales varían. El 4.8% no cree que sean un lugar para este fin, mientras que el 47.6% cree que sí, con solo 7.1% que está totalmente de acuerdo; no obstante, este es el mismo porcentaje de los que tomaron una actitud neutral al respecto.

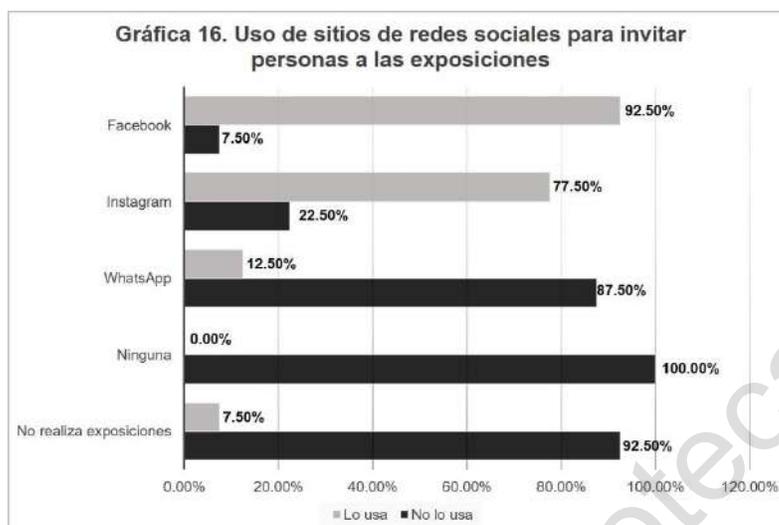
	Son un buen lugar para exposiciones virtuales
Frecuencias	
Muy en desacuerdo	1
En desacuerdo	1
Neutral	20
De acuerdo	17
Totalmente de acuerdo	3
Porcentajes	
Muy en desacuerdo	2.4%
En desacuerdo	2.4%
Neutral	47.6%
De acuerdo	40.5%
Totalmente de acuerdo	7.1%

Tabla 13. Frecuencias y porcentajes que consideran que los sitios de redes sociales son un buen lugar para las exposiciones virtuales

Los sitios de redes sociales que más se utilizan para invitar a las exposiciones virtuales y presenciales son *Facebook* (92.5%), *Instagram* (77.5%) y *WhatsApp* (12.5%). No hay mención para otro medio que no sea digital. Cabe agregar que el 7.5% no realiza exposiciones.

	<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	<i>WhatsApp</i>	Ninguna	No realiza exposiciones
Frecuencia que si utiliza	37	31	5	0	3
Frecuencia que no utiliza	3	9	35	40	37
%Si	92.5	77.5	12.5	0	7.5
%No	7.5	22.5	87.5	100	92.5

Tabla 14. Frecuencias y porcentajes de los sitios de redes sociales que se usan para invitar a las exposiciones



En otro orden de ideas, los sitios de redes sociales en virtud a la comunicación del proceso creativo han servido para que las y los grabadores sean vistos en varias partes del medio local y global. Sobre esto mismo las encuestas apuntan que al 90% de los participantes les ha funcionado para ser mirados en México y al 88% para que personas de otras partes del mundo los encuentren.

Las principales razones por las cuales las y los grabadores michoacanos consideran que son vistos en México son gracias al alcance que estas plataformas tienen (21%), a la difusión que permiten (16%), y a los algoritmos y *hashtags* que las mismas ofrecen (84%).

La y los grabadores consideran que es a partir de la ayuda de sus colegas que logran tener dicha proyección en el país (21%), gracias a que ellos “comparten [su] trabajo en redes” (encuestado 47) y lo que se hace “entre talleres” (encuestado 18), mandan a “hacer algunos grabados” (encuestada 48) y permiten “colaboraciones [...en] otros lugares o mediante la promoción pagada en zonas remotas” (encuestado 40). Así también, estas plataformas permiten que el grabador michoacano se entere sobre “lo que están haciendo sus colegas, su situación actual y cómo resuelven sus conflictos” (encuestado 14). Como menciona Watts (2006) la relación entre pares es lo que mueve los acontecimientos en la multitud de nodos que representan a la red.

Si gracias al alcance	8	Si gracias a la difusión	6	Si gracias a los algoritmos y hashtags	6
No ha funcionado	30	No ha funcionado	32	No ha funcionado	32
%Si	21	%Si	16	%Si	16
%No	79	%No	84	%No	84
Si gracias a los colegas					
Si gracias a los colegas	8	También hay proyección en otras partes del mundo	6	Otras razones	16
No ha funcionado	30	No ha funcionado	32	No ha funcionado	22
%Si	21	%Si	16	%Si	42
%No	79	%No	84	%No	58

Tabla 15. Razones por las cuales las y los grabadores michoacanos han podido ser vistos en México a través de los sitios de redes sociales

Los que consideran que los sitios de redes sociales no les han funcionado para ser vistos en México explican que esto sucede ya que “muevo muy poco mis redes” (encuestada 17), “no me difundo mucho en otros estados” (encuestada 05), o porque es “muy limitado” (encuestado 09).

A pesar de que se presentó otra pregunta para cuestionar sobre la presencia en otros países, los comentarios desde la visión en México ya contemplan el panorama global (16%) comentado que esto pasa ya que “es mayor el impacto de nuestra obra en todo México y el mundo” (encuestado 44), se “logra sobrepasar fronteras, no tanto en México sino en otros países” (encuestado 21) “a nivel Latinoamérica [e] incluso Europa” (encuestado 24), “ha sido una herramienta [que ha] tenido alcance en el extranjero” (encuestado 27), “es una plataforma mundial” (encuestado 16). También esto sucede porque tienen “amigos de otros países” (encuestado 04); y los amigos y familiares son quienes comparten sus trabajos “tanto dentro como fuera de la gráfica” (encuestado 37).

Respecto a lo anterior, los puntos de vista principales por los cuales los sitios de redes sociales ayudan a visibilizar en otras partes del mundo a las y los grabadores michoacanos fueron en virtud a la globalización (14%) y los *hashtags* juntos a los algoritmos de estas plataformas (16%). Se observa que, para ellos, estos espacios

son los que les han permitido tener ventas en otros países (11%) y generar proyectos con creadores en otros lugares fuera de México (14%).

Si gracias a la globalización	5	Si gracias a los algoritmos y <i>hashtags</i>	6	Obtención de venta	4	Obtención de proyectos	5	Otros	19
No ha funcionado	32	No ha funcionado	31	No ha funcionado	33	No ha funcionado	32	No ha funcionado	18
%Si	14	%Si	16	%Si	11	%Si	14	%Si	51
%No	86	%No	84	%No	89	%No	86	%No	49

Tabla 16. Razones por las cuales las y los grabadores michoacanos han podido ser vistos en otras partes del mundo a través de los sitios de redes sociales

En cuanto a la globalización esto se ve reflejado en respuestas como: “fácil y pronta conexión global” (encuestada 17), “en el Internet las barreras geográficas se vuelven más fácil de romper. Puedes tener contacto con personas de todo el mundo” (encuestado 28), “porque todo está conectado” (encuestado 44). Respecto al funcionamiento de algoritmos y *hashtags* se conoce de los encuestados que “usando *hashtags* [permite interactuar] con personas de otros países” (encuestado 40), “que los algoritmos ahora deciden y filtran qué cosas pueden llegar a tener trascendencia/ importancia” (encuestado 46), “gracias a *hashtags* que se comparten en muchas partes del mundo es posible que otros artistas o aficionados al arte conozcan tu trabajo” (encuestado 47).

Las y los grabadores creen que los sitios de redes sociales les permiten tener ventas en otras partes del mundo ya que “la difusión que se hace en mercados específicos” (encuestado 29), y porque “el uso de espacios donde aparecen fotografías de la misma índole [...] se promocionan mejor a otros países” (encuestado 21); respuestas que también se encuentran relacionadas a los algoritmos y los *hashtags*.

De igual forma estas plataformas logran pase a proyectos y “a participar en exposiciones” en otros países (encuestado 18), así también, “invitaciones y otras propuestas por redes de personas que no [se conocen] físicamente” (encuestada 19). De acuerdo a Castells (2000), la red que crea Internet ha borrado las fronteras

físicas que permiten que varios profesionales, incluidos los artistas, concreten trabajos en un mundo globalizado sin la necesidad de salir de su localidad.

Por último, los usos de los sitios de redes sociales han funcionado para que las y los grabadores michoacanos conozcan “qué hacen en otros lados” (encuestado 02), ya que, “se crean redes” (encuestada 36) entre “diversos grupos de grabadores en el mundo, a través de *Instagram* [han] podido conocer el trabajo de otros” (encuestado 08) y dar a conocer el suyo.

Uso de sitios de redes sociales para la autonomía de los profesionales

De acuerdo a lo mencionado por Díaz (2016), con el uso de sitios de redes sociales los artistas son mucho más autónomos y dependen menos de otros expertos para exponer, generar una carpeta del artista, llevar un inventario, fijar precios, etcétera.

Al respecto, la mayoría de los encuestados comentan que no consideran que estas plataformas hayan sustituido el trabajo que realizan los críticos de arte (92%). Los que sí creen (8%) que sucede esto mencionan: “ya no dependemos de los estudiosos, ya que, cualquier persona del mundo puede hacer una crítica del trabajo artístico” (encuestado 29), “pues todos tenemos un punto de vista crítico” (encuestado 23); “a partir de este medio solo se ha logrado caer en una ideología marcada del cómo se deben hacer las cosas, queriendo instaurar un tipo de academicismo, en vez de mantener una ideología más libre y respetar los trabajos de cada persona” (encuestado 21).

De acuerdo con las respuestas, no ha sucedido tal sustitución porque la crítica de arte analiza a fondo (47%), ya que, el espectador no es un profesional en esta materia (38%), siendo que los sitios de redes sociales no pueden reemplazar la crítica de los expertos (19%). Cabe aludir que López (1995) menciona que, el fenómeno del arte se define por el reconocimiento de terceros.

La crítica analiza a fondo	17	El espectador no es un profesional	14	Los SRSSs no pueden reemplazar	7	Otros	13
No respondieron eso	19	No respondieron	22	No respondieron	29	No respondieron	23
%Si	47	%Si	39	%Si	19	%Si	36
%No	53	%No	61	%No	81	%No	64

Tabla 17. Frecuencias y porcentajes de quienes consideran que los sitios de redes sociales no sustituyen a los críticos de arte

Enseguida se adjunta a estos datos dos nubes de palabras que ilustran los comentarios más comunes con respecto a que los críticos de arte analizan a fondo los grabados; más otra figura que expresa las ideas afines referente a que los espectadores no son profesionales para enjuiciar las piezas.



Figura 5. Nube de palabras que enmarcan las opiniones de que el crítico de arte da un juicio profundo

La figura anterior se entiende porque los encuestados consideran que “un crítico tiene el conocimiento más amplio sobre las artes plásticas y visuales” (encuestada 05), “debe ser alguien instruido” (encuestado 06). El crítico “hace más que emitir un juicio de valor, se supone que es una persona informada y a partir de esto genera una opinión objetiva acerca de la obra” (encuestado 13), “la crítica de arte requiere empaparse más de la información contextual” (encuestada 12). “El ejercicio crítico sigue siendo importante en eventos como exposiciones donde hay mayor interés por conocer más a fondo el desarrollo artístico” (encuestado 43). “Los críticos lo seguirán siendo sin importar dónde se publique, aunque hay una polifonía de opiniones” (encuestado 40).



Figura 6. Nube de palabras que enmarcan las opiniones de que el espectador no da un juicio profundo

De acuerdo con los encuestados en “muchas ocasiones la publicación es atendida por personas no inmersas en el arte” (encuestado 33), “son personas que no

estudian el concepto del arte” (encuestado 09); “es [una] opinión popular inmediata, otra cosa totalmente” (encuestada 25), “no una valoración objetiva” (encuestado 02), “porque el público [solo] experimenta una sensación estética” (encuestado 11) y “las críticas pasionales o efímeras” (encuestado 27). “Cualquiera puede comentar en redes sociales y eso significa que todos lo ven de una manera general y diferente, solo estético” (encuestado 35), “no suelen ver más allá de un me gusta e ignoran la técnica y la elaboración y concepto de la imagen” (encuestado 37); “en redes sociales hay mucho aficionado” (encuestado 47), “las personas solo son eso unos comentarios que tal vez el artista en su momento le gusta leer” (encuestada 05).

Los sitios de redes sociales, referente a los comentarios de la encuesta, “Es como una marea, donde la información va y viene, pero no necesariamente contenido de calidad; en ellas todo es transitorio e inmediato e incluso bastante acrítico” (encuestada 12), “porque en redes se puede reducir a un *like* o *dislike*” (encuestado 13), aunque, “también es interesante las reacciones obtenidas en las redes” (encuestada 15).

En un mismo orden de ideas, las y los grabadores michoacanos consideran que los comentarios y reacciones que le hacen al trabajo en los sitios de redes sociales son una forma de valorar la obra, ello con una ponderación del 54.8%, aunque, solo el 14.3% está totalmente de acuerdo. Por el contrario, el 14.3% razona que no es una manera de estimación y el 30.9% guarda un juicio neutral al respecto.

Considera que los comentarios y reacciones valoran la obra			
Frecuencias		Porcentajes	
Muy en desacuerdo	1	Muy en desacuerdo	2.4%
En desacuerdo	5	En desacuerdo	11.9%
Neutral	13	Neutral	30.9%
De acuerdo	17	De acuerdo	40.5%
Totalmente de acuerdo	6	Totalmente de acuerdo	14.3%

Tabla 18. Frecuencias y porcentajes de los que consideran que los comentarios y reacciones a la pieza son una forma de valorar la obra

Sin embargo, como se mencionó anteriormente, el juicio objetivo queda reservado a los críticos de arte.

Por otra parte, a juicio de las y los grabadores michoacanos, el 57.5% reflexionaron que es necesario recurrir a un diseñador gráfico para manejar su imagen de artista en los sitios de redes sociales, siendo que el 20% está totalmente de acuerdo; por el contrario, el 17.5% no lo considera importante y el 25% tienen una opinión neutral al respecto.

En porcentajes similares, el 55% de los encuestados consideraron que es necesario que un profesional se encargue de su imagen que será transmitida por medio de los sitios de redes sociales, frente al 20% que piensa lo contrario y el 25% restante que se mantiene neutral.

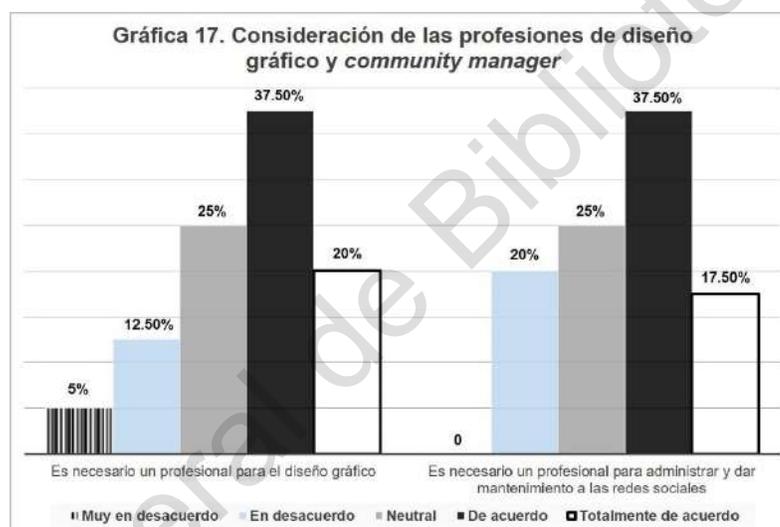
Hasta este punto se observa, por las respuestas de la encuesta, que las profesiones de los críticos de arte, los diseñadores gráficos y del *community manager* son relevantes en la red del grabado michoacano, distinto a la supuesta autonomía propuesta por Díaz (2016).

Considera que es necesario contar con un profesional del diseño gráfico			
Frecuencias		Porcentajes	
Muy en desacuerdo	2	Muy en desacuerdo	5%
En desacuerdo	5	En desacuerdo	12.5%
Neutral	10	Neutral	25%
De acuerdo	15	De acuerdo	37.5%
Totalmente de acuerdo	8	Totalmente de acuerdo	20%

Tabla 19. Frecuencias y porcentajes de quienes consideran que es necesario contar con un profesional del diseño gráfico que se encargue de la imagen del artista en los sitios de redes sociales

Considera que es necesario contar con un profesional que administre los sitios de redes sociales			
Frecuencias		Porcentajes	
Muy en desacuerdo	0	Muy en desacuerdo	0%
En desacuerdo	8	En desacuerdo	20%
Neutral	10	Neutral	25%
De acuerdo	15	De acuerdo	37.5%
Totalmente de acuerdo	7	Totalmente de acuerdo	17.5%

Tabla 20. Frecuencias y porcentajes de quienes consideran que es necesario contar con un profesional que administre sus sitios de redes sociales



Sobre las funciones que estaban delegadas a los museos y a las galerías se analizan el uso de sitios de redes sociales para compartir carpeta del artista, fichas técnicas e información pertinente para conocer la obra, texto curatorial y actividades de venta.

Sobre lo anterior, solo la mitad de los encuestados usan estas plataformas para socializar su carpeta del artista (el 19% está totalmente de acuerdo en hacerlo), 33.3% toma una postura neutral al respecto y 16.7% no publica nada al respecto. En cambio, la mayoría (54.8%) de las y los grabadores michoacanos tienen una postura neutral referente a incluir un texto curatorial a los grabados que comparten en los sitios de redes sociales; sólo el 23.8% lo hace y el 21.4% no. Al respecto y

en relación al tipo de información que comparte el grabado michoacano en estos espacios, la información del artista pasa a un segundo término, después de la información sobre la obra, los esfuerzos de comunicación. Sin embargo, los textos curatoriales no parecen relevantes para esta población.

	Los seguidores pueden acceder a la carpeta del artista en los sitios de redes sociales	Los artistas incluyen un texto curatorial
Frecuencias		
Muy en desacuerdo	1	0
En desacuerdo	6	9
Neutral	14	23
De acuerdo	13	7
Totalmente de acuerdo	8	3
Porcentajes		
Muy en desacuerdo	2.4%	0%
En desacuerdo	14.3%	21.4%
Neutral	33.3%	54.8%
De acuerdo	31%	16.7%
Totalmente de acuerdo	19%	7.1%

Tabla 21. Frecuencias y porcentajes sobre el reemplazo de actividades de museos y galerías de arte: carpeta del artista y texto curatorial

Continuando con las labores que realizan las galerías y los museos, y que absorben las y los grabadores michoacanos en el uso de los sitios de redes sociales. Se conoce por los encuestados que el 64% de ellos incluye fichas técnicas como información que acompaña a su trabajo, en tanto, el 36% no lo hace.

Sobre este porcentaje, no adjuntan datos de la ficha técnica por qué; “no [tienen] esa precaución de poner datos completos” (encuestado 11); “porque su fin último es interactuar con el público” (encuestado 28); o consideran que “es muy enfadoso sobre todo para los que producimos mucho” (encuestado 46). “Todo depende de [lo que se] publique” (encuestado 16), y de “que tan formal o informal haga el *post*” (encuestado 22).

Las razones más mencionadas del porqué sí incorporan dicha información se deben a que permite conocer al creador y su proceso (15%), visibiliza la venta de la obra (18.5%), genera conocimiento sobre la obra (30%) y es una forma de educar al espectador sobre lo que es el grabado (18.5%).

Lo hace porque permite conocer al creador y su proceso	4	Lo hace con fines de venta	5	Lo hace para que conozcan mejor la obra	8	Lo hace porque es una forma de educar sobre el grabado	5
No respondieron eso	23	No respondieron	22	No respondieron	19	No respondieron	22
%Si	15	%Si	18.5	%Si	30	%Si	18.5
%No	85	%No	81.5	%No	70	%No	81.5

Tabla 22. Razones del porqué compartir una ficha técnica junto al grabado en los sitios de redes sociales

Algunos comentarios destacados fueron que: la ficha técnica es información “importante para relacionar [su] trabajo y profesión” (encuestado 14), de esa manera la “gente se entera de las técnicas con las que trabajo” (encuestada 17) llegando incluso a “ser [un] especie de portafolio de trabajo” (encuestado 38). También este tipo de información se incluye “en caso de venta” (encuestado 06), porque, “es importante aclarar todos los detalles de la obra para cuando alguien use una referencia o para lograr venderla” (encuestada 38).

La ficha técnica da “a conocer al espectador el tipo de materiales que [se emplean] para dar resultado final [de las] piezas” (encuestado 21), así como, “para que se muestre su tamaño” (encuestado 29) y “técnica” (encuestado 45); les ayuda a que “el espectador entienda el título de la obra” (encuestado 44) y las “características” (encuestado 42), “buscando mostrarle a cualquiera el tiempo y tipo de trabajo que es” (encuestado 37). “Es un requisito necesario para la posteridad” (encuestado 27).

Al tiempo compartir la ficha técnica “es educativo” (encuestada 25) “porque hay personas que desconocen la técnica y procedimientos” (encuestado 24), lo que permite “adentrar más al público en la gráfica y su proceso” (encuestado 51), “y así mismo esta pueda ser de su interés” (encuestado 47). Otros motivos fueron porque

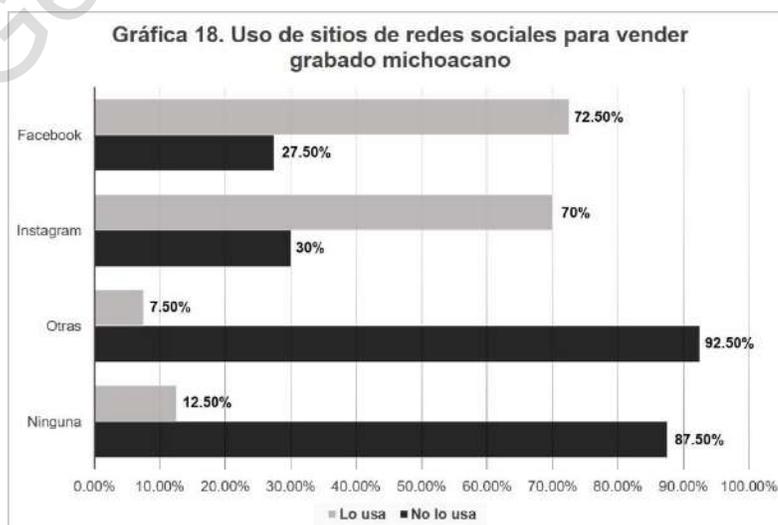
“lo [consideran] importante y da mejor presentación, es profesional” (encuestado 33), “que además [da] una buena calidad visual” (encuestado 39).

Finalmente, además de estas actividades, las galerías ofrecen un servicio más que es el de la venta y promoción del arte. Como ha quedado reflejado anteriormente, las y los grabadores michoacanos utilizan las redes sociales para ser ellos quienes ofertan sus grabados, para esto, el 72% enuncia que usa *Facebook* y el 70% utiliza *Instagram*; otros más ocupan *Twitter* y *WhatsApp* como plataformas con este fin que juntas suman el 7.5%. Por el contrario, el 12.5% no utiliza ninguna de las anteriores, otro medio proveniente de Internet o alguna otra opción análoga.

Hasta este punto, *Instagram* se presentó como la red con los porcentajes más altos, sin embargo, los datos anteriores expresan que en *Facebook* el sitio mejor posicionado en relación a las ventas.

	<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	Otras	Ninguna
Frecuencia que si utiliza	29	28	3	5
Frecuencia que no utiliza	11	12	37	35
%Si	72.5	70	7.5	12.5
%No	27.5	30	92.5	87.5

Tabla 23. Sitios de redes sociales más utilizados para la venta de grabado michoacano



Referente a la información anterior, quiénes utilizan los sitios de redes sociales para vender su obra, el 35.7% incluye los precios de su trabajo, el 33.3% no lo hace y un 31% se mantiene neutral. Lo que significa que no es usual que se publique los costos en estas plataformas en comparación a los datos de la ficha técnica.

Los seguidores pueden acceder a la carpeta del artista en los sitios de redes sociales	
Frecuencias	
Muy en desacuerdo	6
En desacuerdo	8
Neutral	13
De acuerdo	14
Totalmente de acuerdo	1
Porcentajes	
Muy en desacuerdo	14.3%
En desacuerdo	19%
Neutral	31
De acuerdo	33.3%
Totalmente de acuerdo	2.4%

Tabla 24. Uso de sitios de redes sociales para publicar los precios de la obra

Es importante añadir que, si bien los sitios de redes sociales son utilizados para la venta, el 80% de las y los grabadores michoacanos reportan tener un ingreso además del grabado, mientras que el 20% se mantiene de esta práctica artística¹⁷.

Gráfica 19. Ingreso a parte del grabado



¹⁷ Imagen en la gráfica de pastel 19 por Montero (2020), Apenas está amaneciendo y nosotros platicando.

5. 2. Análisis e interpretación de la información obtenida en el análisis de redes sociales

Instagram

De acuerdo con la observación realizada en las páginas de *Instagram* de la muestra, son los artistas los nodos más frecuentes en la red, estos representan el 52.39% de todos los perfiles revisados¹⁸.

Página de <i>Instagram</i>	Cantidad de nodos	Porcentaje	Frecuencia de interacción	Porcentaje
SMG	33	7.17%	144	16.67%
Artistas	241	52.39%	424	49.07%
Productores	16	3.48%	25	2.89%
Auxiliares	21	4.57%	38	4.40%
Otros	92	20%	148	17.13%
Cuenta privada	57	12.39%	85	9.84%
TOTAL	460	100%	864	100%

Tabla 25. Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en *Instagram* de los nodos y su interacción en la red del grabado michoacano

De igual forma, cuando se revisaron cada uno de los perfiles por taller de La Sociedad Michoacana de Grabadores se contempló que son los artífices los nodos más frecuentes. Lo anterior con excepción del taller La Olotera que comparte sus porcentajes entre artistas (34.25%), otro tipo de actores (26.03%) y miembros de La SMG (20.55%).

Los actores con menor presencia son los productores ya que solo figuran con un 3.48% de todos los usuarios revisados. Factor replicable en el caso particular de cada taller, excepto en La Olotera (5.83%) y en Axuni Gráfico (5.83%) en donde los nodos menos representativos son los auxiliares de producción.

¹⁸ El primer porcentaje al inicio de cada párrafo es el resultado de la suma de todos los nodos extraídos de cada una de las páginas de *Instagram* de los cinco talleres más la página de La SMG.

Tipos de nodos más frecuentes			
Página de <i>Instagram</i>	Tipo de nodo	Frecuencia de aparición	Porcentaje
Las Adelitas	Artistas	40	57.97%
Los Agachados	Artistas	68	57.14%
Nurite Gráfico	Artistas	51	44.35%
La Olotera	Artistas	25	34.25%
Axuni Gráfico	Artistas	70	58.33%
SMG	Artistas	50	54.35%
Todas las páginas	Artistas	241	52.39%
Tipos de nodos menos frecuentes			
	Tipo de nodo	Frecuencia de aparición	Porcentaje
Las Adelitas	Productores	3	4.35%
Los Agachados	Productores	2	1.68%
Nurite Gráfico	Productores	1	0.87%
La Olotera	Productores y Auxiliares	2	2.74%
Axuni Gráfico	Auxiliares	7	5.83%
SMG	Productores	5	3.47%
Todas las páginas	Productores	16	3.48%

Tabla 26. Frecuencias y porcentajes por página de *Instagram* de los nodos que son más y menos frecuentes en la red del grabado michoacano

Asimismo, son los artistas quienes más interactúan y dejan corazones en las publicaciones, lo que es igual a un 49.07% de todos los perfiles revisados. Es el taller La Olotera la única excepción cuyos porcentajes se reparten entre otro tipo de nodos (29.86%), artistas (28.47%) y miembros de la Sociedad Michoacana de Grabadores (27.78%).

Referente a estas indagaciones, la red del grabado michoacano entabla relaciones sociales a través de *Instagram*, con sus pares, es decir, otros creadores en la gráfica (36.10%), pero es más usual que esté en contacto con otros artistas visuales (56.43%), aunque también lo haga con músicos, escritores o bailarines, por ejemplo (7.47%).

Los nodos que menos se relacionan con los grabadores michoacanos de la muestra son los productores, en vista de que solo se observaron 25 corazones (2.89%) en la suma total de las páginas. Es Axuni Gráfico el único taller que concentra una cantidad por encima de cinco corazones por perfil, teniendo el referente más alto de la muestra con 11 interacciones por parte de los productores.

A decir de esto, también son los auxiliares de producción otros actores poco relacionados con los grabadores aquí observados, dado que solo se avistaron 38 reacciones en la suma de las páginas lo que significa el 4.40% en comparación a las interacciones de otros nodos.

Tipos de nodos que más interactúan			
Página de <i>Instagram</i>	Tipo de nodo	Frecuencia de interacción	Porcentaje
Las Adelitas	Artistas	88	61.11%
Los Agachados	Artistas	85	59.03%
Nurite Gráfico	Artistas	59	40.97%
La Olotera	Otros	43	29.86%
Axuni Gráfico	Artistas	83	57.64%
SMG	Artistas	68	47.22%
Todas las páginas	Artistas	424	49.07%
Tipos de nodos que menos interactúan			
	Tipo de nodo	Frecuencia de interacción	Porcentaje
Las Adelitas	Productores	3	2.08%
Los Agachados	Productores	2	1.39%
Nurite Gráfico	Productores	1	0.69%
La Olotera	Auxiliares	2	1.39%
Axuni Gráfico	Auxiliares y cuenta privada	10	6.94%
SMG	Auxiliares y cuenta privada	8	5.56%
Todas las páginas	Productores	25	2.89%

Tabla 27. Frecuencias y porcentajes por página de *Instagram* de los nodos que más y menos interactúan en la red del grabado michoacano

Solo fue posible observar el tipo de relaciones sociales a través de los comentarios en las publicaciones en la página de *Instagram* de la Sociedad Michoacana de

Grabadores, dado que los otros sitios no contaban con este tipo de interacción. Acerca de esto, el tipo de relación más frecuente, con un 36.36%, fue referente a los artistas y no respecto a su obra. En segundo grado las relaciones se establecieron entre los miembros de La SMG con los nodos para agradecer los comentarios (36.36%) y en tercer lugar el tipo de relación giró en torno a otros aspectos que no tenían que ver con las prácticas artísticas de las y los grabadores.

Fueron los creadores de La SMG, el tipo de nodo que más comentarios realizaron en *Instagram* (45.45%), seguido por los productores (27.27%), los artistas (18.18%) y otro tipo de nodos (9.09%).

Al observar todas las interacciones de la muestra, es decir, los cinco talleres y La SMG, se notó que el 63.69% de los usuarios solo interactuaron con las y los grabadores en una sola ocasión, lo que significó una mayoría de lazos sociales débiles con extraños en esta red. Las personas que interactuaron en dos ocasiones representan el 18.26% y el resto (18.05%) se distribuye en frecuencias que varían desde las 3 a las 13 participaciones, el número más alto que se registró.

No. De interacciones	Cantidad de nodos que interactuaron	Porcentaje
1	293	63.69%
2	84	18.26%
3	30	6.52%
4	22	4.80%
5	9	1.96%
6	8	1.74%
7	3	0.65%
8	2	0.43%
9	3	0.65%
10	2	0.43%
11	1	0.22%
12	2	0.43%
13	1	0.22%
TOTAL	460	100.00%

Tabla 28. Frecuencias y porcentajes de las interacciones en todas las páginas de *Instagram* de la red del grabado michoacano

Esto es posible observarlo por medio de la anterior nube de palabras en donde el color que resalta es el rojo ya que corresponde a los nodos de La SMG que son los que más frecuencia de interacción han tenido. Sin embargo, son los nombres en morado los perfiles que predominan la figura puesto que representan a los artistas, que como se comentó al principio de este análisis, son los actores con mayor presencia. En menor medida se observa el amarillo que representa a los productores y auxiliares de producción; también de manera sutil se contemplan las palabras en gris que corresponden a otros actores, junto al azul que son las cuentas privadas

En el análisis individual de cada una de las páginas de *Instagram* de la muestra, fue la cuenta de La SMG la que contempló una mayor presencia de miembros de todos los talleres (48.84%), seguido de La Olotera (34.88%).

En el caso contrario, fueron Las Adelitas quienes tuvieron un menor *quorum* de estos nodos en su sitio (11.63%), sin embargo, son uno de los talleres cuyos integrantes más participan en sus propias publicaciones, lo mismo los miembros de La Olotera (72.72%). Fueron Los Agachados (25%) los que tuvieron menor apoyo de sus propios afiliados.

Página de <i>Instagram</i>	Porcentaje de nodos de La SMG presentes en la muestra	Porcentaje de nodos de La SMG presentes en sus propias páginas
Las Adelitas	11.63%	66.60%
Los Agachados	20.93%	25%
Nurite Gráfico	32.56%	50%
La Olotera	34.88%	72.72%
Axuni Gráfico	23.26%	37.50%
SMG	48.84%	48.83%
Todas las páginas	76.74%	N/A

Tabla 30. Frecuencias y porcentajes por página de *Instagram* de las y los grabadores de La SMG que están presentes en la muestra y en sus propias páginas

Facebook

Con base en la observación de las páginas de *Facebook* de la muestra de grabadores antes propuesta, se contempla que los nodos más frecuentes en el listado de interacciones, es decir, *likes* (y sus variantes, comentarios y publicaciones compartidas) son otro tipo de actores distintos a los artistas o relacionados al gremio artístico, dicho grupo representa el 54.03% de todos los sitios revisados en esta plataforma.

Página de Facebook	Cantidad de nodos	Porcentaje	Frecuencia de interacción	Porcentaje
SMG	33	7.19%	176	17.41%
Artistas	150	32.68%	336	33.23%
Productores	2	.43%	2	.20%
Auxiliares	20	4.36%	49	4.85%
Otros	248	54.03%	441	43.62%
Cuenta privada	6	1.31%	7	.69%
TOTAL	459	100%	1011	100%

Tabla 31. Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en *Facebook* de los nodos y su presencia en las interacciones dentro de la red del grabado michoacano

Este patrón se replica al analizar cada una de las páginas por separado, con excepción del perfil de Los Agachados, donde los nodos predominantes son los artistas (48.19%) al igual que lo observado en su sitio en la plataforma de *Instagram*.

Sobre los nodos menos frecuentes en el total de la muestra, son los productores los menos asiduos con un .43% de aparición. Lo mismo para los talleres de Los Agachados (1.20%), Nurite Gráfico (0%) y Axuni Gráfico (0%); en un caso similar, en las páginas de Las Adelitas (1.3%) y La SMG (0%) son los productores y las cuentas privadas, los actores menos renuentes.

Tipos de nodos más frecuentes			
Página de <i>Facebook</i>	Tipo de nodo	Frecuencia de aparición	Porcentaje
Las Adelitas	Otros	41	53.25%
Los Agachados	Artistas	40	48.19%
Nurite Gráfico	Otros	62	52.99%
La Olotera	Otros	49	59.04%
Axuni Gráfico	Otros	42	45.65%
SMG	Otros	32	45.07%
Todas las páginas	Otros	248	54.03%
Tipos de nodos menos frecuentes			
		Frecuencia de aparición	Porcentaje
Las Adelitas	Productores, Cuenta privada	0	0.00%
Los Agachados	Productores	1	1.20%
Nurite Gráfico	Productores	0	0.00%
La Olotera	Cuenta privada	0	0.00%
Axuni Gráfico	Productores	0	0.00%
SMG	Productores, Cuenta privada	0	0.00%
Todas las páginas	Productores	2	0.43%

Tabla 32. Frecuencias y porcentajes por página de *Facebook* de los nodos que son más y menos frecuentes en la red del grabado michoacano

Página de <i>Facebook</i>	Cantidad de nodos	Porcentaje	Frecuencia de interacción	Porcentaje
SMG	17	25.76%	56	44.8%
Artistas	14	21.21%	20	16%
Productores	1	1.52%	1	0.8%
Auxiliares	6	9.09%	10	8%
Otros	28	42.42%	38	30.4%
Cuenta privada	0	0%	0	0%
TOTAL	66	100%	125	100%

Tabla 33. Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en *Facebook* de los nodos y su presencia en la interacción de compartir publicaciones de la red del grabado michoacano

Al observar las cuentas de FB en conjunto son también otro tipo de nodos (42,42%) quienes tienen presencia entre los actores que comparten las publicaciones de los talleres y la Sociedad Michoacana de Grabadores. Casi el mismo porcentaje si juntamos las cifras de La SMG y los artistas (46.97%). Por el contrario, son las cuentas privadas (0%) y los productores (1.52%) los usuarios con un menor porcentaje de *quorum*.

De manera individual, se percibieron una variedad de resultados dado que además de otro tipo de nodos, también estuvieron presentes en los *post* compartidos los artistas y los miembros de La SMG como actores frecuentes en la revisión de cada una de las páginas correspondientes. Sobre lo anterior, los menos reiterados fueron los productores, los auxiliares y las cuentas privadas.

	Tipos de nodos más frecuentes		
Página de Facebook	Tipo de nodo	Frecuencia de aparición	Porcentaje
Las Adelitas	Otros	7	53.85%
Los Agachados	Artistas	4	57.14%
Nurite Gráfico	Otros	5	5.45%
La Olotera	Otros	8	36.36%
Axuni Gráfico	SMG	5	38.46%
SMG	SMG	6	61.54%
Todas las páginas	Otros	28	42.42%
	Tipos de nodos menos frecuentes		
		Frecuencia de aparición	Porcentaje
Las Adelitas	Productores, Auxiliares, Cuenta privada	0	0.00%
Los Agachados	Productores, Auxiliares, Cuenta privada	0	0.00%
Nurite Gráfico	Artistas, Productores, Cuenta privada	0	0.00%
La Olotera	Cuenta privada	0	0.00%
Axuni Gráfico	Productores, Cuenta privada	0	0.00%
SMG	Productores, Auxiliares, Cuenta privada	0	0.00%
Todas las páginas	Cuenta privada	0	0.00%

Tabla 34. Frecuencias y porcentajes por página de *Facebook* de los nodos que son más y menos frecuentes al momento de compartir en la red del grabado michoacano

Son otros tipos de nodos los que también aparecen y tienen mayor porcentaje, 45.45%, en los comentarios realizados en la suma de todas las páginas observadas. Si bien, en comparación a la plataforma de *Instagram*, en *Facebook* la cantidad de comentarios a analizar fue mayor, no obstante, en las páginas de La Olotera y Las Adelitas no se detectó ningún comentario en el momento en que se hizo la observación.

En la siguiente tabla se puede observar, que son los productores, los auxiliares y las cuentas privadas las que no hicieron comentarios en las páginas examinadas.

Página de Facebook	Cantidad de nodos	Porcentaje	Frecuencia de interacción	Porcentaje
SMG	4	36.36%	4	28.57%
Artistas	2	18.18%	4	28.57%
Productores	0	0%	0	0%
Auxiliares	0	0%	0	0%
Otros	5	45.45%	6	42.86%
Cuenta privada	0	0%	0	0%
TOTAL	11	100%	14	100%

Tabla 35. Frecuencias y porcentajes de todas las páginas en *Facebook* de los nodos y su interacción de comentar las publicaciones de la red del grabado michoacano

En suma, los actores que dan más *like*, comparten y comentan las publicaciones son los perfiles con código otros. Lo mismo se contempló cuando se observaron las cuentas individualmente, dado que todas ellas excepto el sitio de La SMG (aquí fueron los artistas 36.48%) tenían por mayoría la interacción de otro tipo de nodos.

De manera general son los productores (.20%) quienes tienen una menor interacción en la red del grabado michoacano, seguido de las cuentas privadas (.69%). Como un dato adicional, fue la cuenta de Nurite Gráfico la que tuvo la cantidad de auxiliares que más interactuaron en la muestra con 10 interacciones, número por encima de los otros talleres que solo presentaron por parte de estos actores un promedio de 2 interacciones.

Tipos de nodos que más interactúan			
Página de <i>Facebook</i>	Tipo de nodo	Frecuencia de interacción	Porcentaje
Las Adelitas	Otros	77	46.67%
Los Agachados	Otros	72	45.86%
Nurite Gráfico	Otros	85	49.42%
La Olotera	Otros	86	44.10%
Axuni Gráfico	Otros	66	40.49%
SMG	Artistas y Otros	58	36.48%
Todas las páginas	Otros	441	43.62%
Tipos de nodos que menos interactúan			
	Tipo de nodo	Frecuencia de interacción	Porcentaje
Las Adelitas	Productores, Cuenta privada	0	0.00%
Los Agachados	Productores	1	0.64%
Nurite Gráfico	Productores	0	0.00%
La Olotera	Cuenta privada	0	0.00%
Axuni Gráfico	Cuenta privada	1	0.61%
SMG	Productores, Cuenta privada	0	0.00%
Todas las páginas	Productores	2	0.20%

Tabla 36. Frecuencias y porcentajes por página de *Facebook* de los nodos que más y menos están presentes en las interacciones dentro de la red del grabado michoacano

Si bien fueron otro tipo de nodos los más frecuentes entre las publicaciones compartidas, son los miembros de La SMG quienes tienen un porcentaje mayor de *post* compartidos (44.8%). De forma particular, el patrón se repite para todas las páginas excepto en Los Agachados (58.33%) en donde los actores más frecuentes fueron los Artistas y en Las Adelitas (47.62%) en donde la categoría *otro tipo* de nodos fue la más común.

Son los productores los nodos (reconocidos) que menos comparten publicaciones en el total de la muestra (.8%). El patrón persistió en la revisión de cada una de las páginas, pero también se observaron otros actores que menos comparten, como los auxiliares y las cuentas privadas.

Tipos de nodos que más interactúan			
Página de <i>Facebook</i>	Tipo de nodo	Frecuencia de interacción	Porcentaje
Las Adelitas	Otros	10	47.62%
Los Agachados	Artistas	7	58.33%
Nurite Gráfico	SMG	5	41.67%
La Olotera	SMG	28	54.90%
Axuni Gráfico	SMG	8	50.00%
SMG	SMG	8	61.54%
Todas las páginas	SMG	56	44.80%
Tipos de nodos que menos interactúan			
	Tipo de nodo	Frecuencia de interacción	Porcentaje
Las Adelitas	Productores, Auxiliares y Cuenta privada	0	0.00%
Los Agachados	Productores, Auxiliares y Cuenta privada	0	0.00%
Nurite Gráfico	Artistas, Productores, Cuenta privada	0	0.00%
La Olotera	Cuenta privada	0	0.00%
Axuni Gráfico	Productores, Cuenta privada	0	0.00%
SMG	Productores, Auxiliares y Cuenta privada	0	0.00%
Todas las páginas	Cuenta privada	0	0.00%

Tabla 37. Frecuencias y porcentajes por página de *Facebook* de los nodos que más y menos comparten publicaciones de la red del grabado michoacano

A través de *Facebook* se observó que la muestra entabla relaciones sociales más con artistas visuales (60%) que con otros grabadores (15.33%), casi la mitad del porcentaje visto en IG; también se percibió una relación del 24.67% con artistas de otras disciplinas, un porcentaje mayor con respecto a lo mostrado por la plataforma de *Instagram*.

Además de estos datos, se miró en el análisis de redes sociales que un 19.33% de los nodos incluyó en sus perfiles tener alguna relación (ya sea como estudiantes o maestros) con la Facultad Popular de Bellas Artes de Michoacán; esto se menciona porque, como se registró en el instrumento de recolección de datos anterior a este,

el 76% de los encuestados cursó estudios universitarios, lo que hace probable que en las redes sociales *offline* de los grabadores de la muestra estén conectados algunos nodos provenientes de dicha institución.

Con base al análisis de los comentarios realizados en todas las páginas de Instagram revisadas, se dedujo que el tipo de relación social que más sostienen las y los grabadores michoacanos, con respecto a sus prácticas artísticas, son para valorar las piezas que comparten con sus seguidores (40%). En un menor número de frecuencias las relaciones se establecieron para evaluar al artista, comunicar datos sobre la obra y la venta de las piezas.

Fueron los artistas (33.33%) los que más hicieron comentarios en las distintas páginas de La SMG; en segundo lugar, los nodos correspondientes a la categoría otros (40%); y en tercer puesto los mismos miembros de la Sociedad Michoacana de Grabadores (20%). En cambio, fueron los auxiliares de producción los que menos comentaron (6.67%); no se observó participación en este sentido por parte de los productores y las cuentas privadas.

Tipo de relación	Acopio de datos	Incubación e intuición	Elaboración	Comunicación de la obra	
Frecuencia	0	0	0	2	
Porcentaje	0%	0%	0%	13.33%	
Frecuencia	Evaluación de la obra	Venta	Evaluación del artista	Otra práctica	TOTAL de Frecuencias
Porcentaje	6	2	3	2	15
	40%	13.33%	20%	13.33%	100%

Tabla 38. Frecuencias y porcentajes del total de comentarios en la muestra y el tipo de relaciones sociales de la red del grabado michoacano

Al igual que en el análisis de las páginas en *Instagram*, en su mayor parte los nodos en *Facebook* solo interactuaron en una ocasión en la red dado que se registró un 63.18% de participación; esto significó que la mayoría de las conexiones realizadas fueran con extraños, esto es lazos sociales débiles. Para cada caso en particular, los perfiles de los talleres tienen una interacción de un solo *like* cuyos porcentajes

no son menores al 57.14%. La segunda frecuencia con mayor interacción es de dos interacciones por actor y corresponde al 16.56% de la muestra. Seguido de esto las frecuencias varían entre 3 y 21 interacciones, dato último que obtuvo un porcentaje de .22% y se realizó por un miembro de la Sociedad Michoacana de Grabadores.

No. De interacciones	Cantidad de nodos que interactuaron	Porcentaje
1	290	63.18%
2	76	16.56%
3	24	5.23%
4	13	2.83%
5	18	3.92%
6	7	1.53%
7	7	1.53%
8	6	1.31%
9	5	1.09%
10	2	0.43%
11	3	0.65%
12	2	0.43%
13	2	0.43%
15	2	0.43%
17	1	0.22%
21	1	0.22%
TOTAL	459	100%

Tabla 39. Frecuencias y porcentajes de todas las interacciones en las páginas de *Facebook* de la red del grabado michoacano

Al igual que en la muestra de *Instagram* son los miembros de La SMG los nodos con más frecuencias de interacción en FB, seguido de los artistas de otras disciplinas, y en último lugar los productores y auxiliares de producción que, en su mayoría, interactuaron como máximo en tres ocasiones.

Figura 8. Nube de palabras que muestran los nodos con mayor interacción en la muestra de *Facebook*

Por otro lado, también son los lazos débiles los que se establecen con mayor frecuencia en las publicaciones que los nodos comparten de la red de grabadores michoacanos, puesto que el 74.24% de la muestra solo compartió, comentó o dio *like* en una sola ocasión. De igual forma, esto sucedió en la revisión de cada una de las páginas en *Facebook* de los talleres y de la Sociedad Michoacana de Grabadores. Asimismo, son los integrantes de La SMG los que se concentran en los nodos que tienen una mayor frecuencia de compartir ya que lo hicieron 11, 10, 7 y 6 veces. Son los auxiliares y productores los que compartieron 1, 2 y 4 ocasiones.

Nodos que solo interactuaron una vez		
Página de Facebook	No de nodos	Porcentaje
Las Adelitas	9 de 13	69.23%
Los Agachados	6 de 7	85.71%
Nurite Gráfico	10 de 11	90.91%
La Olotera	12 de 22	54.50%
Axuni Gráfico	12 de 13	92.31%
SMG	10 de 11	90.91%
Todas las páginas	49 de 66	74.24%

Tabla 41. Frecuencias y porcentajes por página de *Facebook* de los nodos que compartieron una publicación solo una vez en la red del grabado michoacano

Finalmente, se observó que la participación de los miembros de La SMG en *Facebook* (82.50%) es mayor a la obtenida en *Instagram* (76.74%), lo que significó que otros integrantes que no habían interactuado en IG sí lo hicieron en FB.

Sobre lo anterior, son las páginas de La SMG y de Axuni Gráfico las que tienen una mayor interacción por parte de sus compañeros en *Facebook* (37.50%); y Las Adelitas las que tienen una menor interacción (10%). Sin embargo, es este último sitio junto al perfil de La Olotera los que mantuvieron un mayor aporte (66.66%) por

parte de los miembros de sus propios talleres, por encima de las frecuencias dadas a La SMG en su cuenta de FB (37.50%).

Página de Facebook	Porcentaje de nodos de La SMG presentes en la muestra	Porcentaje de nodos de La SMG presentes en sus propias páginas
Las Adelitas	10%	66.66%
Los Agachados	15%	28.57%
Nurite Gráfico	22.50%	50.00%
La Olotera	20%	66.66%
Axuni Gráfico	37.50%	60.00%
SMG	37.50%	37.50%
Todas las páginas	82.50%	N/A

Tabla 42. Frecuencias y porcentajes por página de *Facebook* de las y los grabadores de La SMG que están presentes en la muestra y en sus propias páginas

Dirección General de Bibliotecas UTAQ

5. 3. Análisis e interpretación de la información obtenida en la entrevista semi estructurada

Capital Social Relacional

La Facultad Popular de Bellas Artes (FPBA) es un lugar de encuentro para las conexiones que se suscitan en la red del grabado michoacano. Referente a ello, el seguidor 2¹⁹ comentó haber estudiado en dicha institución, mientras que, la seguidora 3 pretende hacerlo en un futuro próximo, así, ambos argumentaron conocer a los grabadores a partir de las relaciones que mantienen con amigos y conocidos de la FPBA. Como informó la seguidora 3 “también quiero ser artista, [...] y en estos últimos dos años justamente me empecé a relacionar con gente de Bellas Artes y pues ellos me influenciaron, y presentaron gente, y me llevaban a reuniones o fiestas a colectivos”.

De igual forma, toda la muestra de grabadores está asociada a la Facultad de diferentes maneras, ya sea como egresados de la licenciatura de artes visuales, como maestros, o con la generación de proyectos en común; como es el caso de la grabadora 2, quién no estudió en dicha facultad, pero, que ha realizado fondos metodológicos de gráfica y libros de artista como docente.

Lo que es congruente tomando en cuenta que, en el análisis de redes sociales, en su mayoría los talleres de Sociedad Michoacana de Grabadores tenían conexiones en los sitios de redes sociales con todo tipo de artistas egresados de la FPBA. Hay una tendencia entre los artistas visuales por la multidisciplinareidad como sugieren los grabadores 1, 2 y 3, lo cual nos permite dar cuenta que la red del grabado michoacano no es una red pura de gráfica, sino que está conectada entre disciplinas del gremio artístico.

¹⁹ Cabe recordar que los sujetos de análisis de la entrevista semi estructurada fueron 5 grabadoras y grabadores michoacanos: grabadora 1, grabadora 2, grabador 3, grabador 4 y grabadora 5; así también se incluyen los 3 principales seguidores de las cuentas de la SMG que están al tanto del trabajo de estos creadores: seguidor 1, seguidor 2 y seguidora 3.

Cabe añadir que se observaron en la grabadora 1 y el usuario 1 conexiones previas a la universidad, efectuadas en el Centro de Educación Artística (CEDART) ²⁰ donde, si bien, no desarrollaron un gusto particular por el grabado o la gráfica, conocieron varios de los actores que pertenecen al mundo del arte en Morelia. Citando al seguidor 1 “estuve en la preparatoria del CEDART dos semestres y después me dieron banca ²¹ y ahí pues conocí a mucha gente que después se juntó con otra gente. Conocí músicos de lo que llaman la escena moreliana. El mundo de la música independiente en Morelia estaba muy ligado al mundo de las artes visuales”.

En la FPBA las relaciones surgen entre compañeros de clase, colegas de carrera y maestros, con los que se mantiene contacto aún después de egresar. Como podrá observarse más adelante, son con estos nodos con los que la muestra iniciará proyectos durante y después de su formación escolar. Según mencionó el grabador 4, la Universidad es el lugar en donde se aprende y, fuera de ella, muchos continúan en la gráfica con la creación de grupos y la apertura de talleres.

A decir de esto último, una práctica entre grabadores según los entrevistados 1, 4 y 5 son la unión entre compañeros para ponerse de acuerdo y rentar un espacio que funcione como taller de gráfica; en ese esfuerzo (como puede observarse del taller Axuni Gráfico o Nurite Gráfico) cada quién coopera con las herramientas que tiene a su alcance, con tórculos, *racks*, e inmobiliario; así también, entre ellos se reúne un capital económico para pagar insumos como el papel, las tintas y la renta de un espacio para crear un taller de grabado.

Así también, los entrevistados que siguen a los grabadores en sus SRSs comentaron que buscan en estos creadores la posibilidad de colaborar con ellos en

²⁰ El CEDART es un modelo educativo de Bachillerato de Arte y Humanidades que integra la formación del bachillerato con el estudio de asignaturas provenientes de cinco áreas artísticas: artes plásticas y visuales, danza, música, teatro y literatura. En <https://carnty.jimdofree.com/>

²¹ Dar banca es una expresión que usan algunos estudiantes morelianos para expresar que la escuela los dio de baja en un ciclo escolar por distintas razones.

proyectos, uno de los motivos por los cuales dan like o están adscritos a sus páginas, por supuesto, cada uno en un nivel distinto de interacción, pero ante una posibilidad similar de obtención del capital relacional. En la opinión del seguidor 1: “yo no estoy activamente buscando [en SRSs] grabadores o grabadoras, conozco muchos talleres de gráfica y cosas así, y lo sigo y me interesó por su trabajo, y he buscado colaborar con un par de ellos, nunca llegamos a nada por diferentes motivos”.

En cambio, la seguidora 3 mencionó: “siento que no me he relacionado tanto, pero intento como relacionarme porque pues mi objetivo es hacer colaboraciones [...] hacer comunidad y hacer que crezca más ¿no? y conocernos más entre todas las personas que queremos hacer grabados, o que ya hacen grabados, e incluso, amigos te pueden recomendar a otras personas, o incluso, crear proyectos o trabajos juntos. Se me hace muy especial crear esos vínculos a través de las interacciones en redes sociales”. Respuesta anterior que es semejante a lo aludido por el seguidor 2: “Los veo en *Facebook* mostrando su trabajo, dándole *likes*, compartiendo, comentando, incluso se da la oportunidad del acercamiento físico y de interactuar ¿no? sí he tenido mucho acercamiento directo con grabadores y, hay proyectos, incluso puedo decir que hay proyectos entre ellos en puerta próximamente; pues en ese sentido toda la comunicación [es] virtual”.

De tal forma que, el valor de dichas conexiones es la unión de esfuerzos para una meta en común, una particularidad de la creación de Institución de acuerdo con Bertolini y Bravo (2001). Dicha sinergia colectiva, respecto a la opinión de la grabadora 1, se debe a que algunos maestros de la Facultad Popular promueven el trabajo en equipo entre sus estudiantes; lo cual permite que los alumnos se vayan desarrollando por igual, como un “crecimiento colectivo”.

A diferencia de la pintura, según la anterior grabadora, el grabado permite el trabajo en colaboración “no entiendo por qué dos personas no podrían incidir en un cuadro como lo hacen en una placa, entonces es muy extraño eso de lo de la pintura”, “incluso una placa tal vez, aunque la hayas hecho tú, no es en total tuyo porque

pues ya llega un compañero y te dice: oye, pero creo que ahí le puedes cambiar esto por esto; y se pone obviamente a consideración, pero si se escucha”; “mis compañeros de la facultad [...] me ayudaban a imprimir, igual yo con ellos y pues nos fuimos haciendo hábito de [que] siempre teníamos que hacer cosas colaborativas, aunque podríamos hacerlos [sic] individuales, pero sabemos que nos aportaba más a nuestro trabajo”. Otro ejemplo del esfuerzo en equipo, como señalan los grabadores 1, 4 y 5, son los maestros impresores, que conocen de las técnicas de estampado y apoyan a los artífices que desconocen dichos procesos.

No obstante, los lazos fuertes generados dentro de la FPBA, parecen depender de la línea de formación por la que opten los alumnos (pintura, arte y nuevas tecnologías, escultura, fotografía y video, gráfica); así, los que hayan elegido una opción distinta a la gráfica, como en el caso de la grabadora 5, tendrán un lazo menos fuerte con otros grabadores con los que no se hayan vinculado previamente en la carrera.

Además de la Facultad, las ferias de arte y otros eventos como los encuentros de gráfica son lugares de encuentro para las redes sociales, como mencionan las grabadoras 1, 2 y 5, en ellas pueden conocer no solo a los artistas michoacanos, sino a otras personas de varias partes de la república mexicana. De acuerdo con el grabador 4, “anteriormente se tenía que hacer encuentros de gráfica en donde uno se conocía, te estoy hablando de antes de unos diez años”. El capital social relacional se manifiesta en proyectos, compra de materiales, además de inspiración para los procesos creativos, como se observará más adelante.

Las residencias por intercambio de trabajo también son una práctica frecuente entre grabadores, en ellas los artistas tienen oportunidad de crear conexiones con sus pares, además de alcanzar un capital cognitivo gracias a la instrucción de los maestros que les reciben.

Por otro lado, en el caso de las grabadoras 2 y 5, las exposiciones también han sido un lugar para generar una esfera de contactos no solo con colegas del grabado,

sino también con nodos productores como talleres y galerías, y auxiliares como críticos de arte y periodistas.

En general la relación entre grabadores michoacanos, como perciben los entrevistados, es buena. Los lazos sociales que se construyen entre ellos les conceden tener acceso a colaboraciones de venta y exposición. Acorde a las respuestas de la muestra, algunos grabadores que tienen galerías y talleres propios, les permiten a otros creadores de la gráfica exhibir y vender sus trabajos en sus espacios.

Referente a los sitios de redes sociales (SRSs), son estas páginas de Internet el lugar donde se duplican las conexiones entre grabadores y artistas que son establecidas en la universidad, las residencias, las exposiciones, las ferias de arte y demás eventos. De acuerdo con la grabadora 2, en *Facebook* todos están conectados y es frecuente encontrar alguna persona con la que colaboraste, o pedir amistad a alguien que acabas de conocer en *Instagram*.

No obstante, con respecto a los grabadores 2 y 3 [respectivamente] mantener activos sus sitios de redes sociales “requiere mucho tiempo de dedicación y actualización”, “exige un tiempo y es desgastante”. De manera similar, el seguidor 2 aludió que “el uso de las redes sociales involucra bastante tiempo y dedicación [...] prácticamente estás trabajando también”, lo que, incluye el atender a los mensajes que otros te mandan y que, según el seguidor 1, puede distraerte de otras actividades a cubrir en los SRSs.

Estas relaciones, posteriormente, podrán o no derivar en un proyecto, pero con frecuencia funcionan a un nivel cognitivo, o para el acopio de datos; es decir, son usadas para conocer el trabajo de otros y recabar material de inspiración, así como también para informarse respecto a técnicas y materiales.

De la misma forma, el uso que le dan las y los grabadores a los sitios de redes sociales, en cuanto a las conexiones es para las relaciones afectivas, lo que significa que, además de una semántica profesional, estas páginas también funcionan para

mantener lazos de amistad entre grabadores. Lo que es posible observar a partir de las opiniones de los seguidores que frecuentan los SRSs de estos grabadores, según el seguidor 1: cuando convivo con los grabadores “generalmente es para cualquier cosa, por motivos muy superfluos y la mitad del tiempo innecesarios: oye carnal, pues vamos por unas caguamas. O incluso es: vamos al taller, venimos de imprimir unas madres ¿nos acompañas? Bueno, porque son mis amigos, los conozco, pero no es algo formal, nunca.

A mencionar de esto, las reuniones y fiestas con alcohol son una oportunidad para crear conexiones entre grabadores y seguidores, siendo bajo estas situaciones donde estos últimos acceden a un capital social relacional; “yo así los he conocido de fiestas a las que me han invitado y de llegar al lugar, y pues conoces el espacio, conoces a los artistas, conoces la obra, y pues así te vas haciendo amigo de esas personas que graban” (seguidora 3).

Como podrá notarse en el capital social cognitivo, las conexiones en sitios de redes sociales no solo se dan entre nodos que han coincidido en lo presencial. También se establecen relaciones entre desconocidos. Así, por ejemplo, la grabadora 1 generó un lazo fuerte con el grabador Palomares, a partir de su interés por conocer el trabajo de otros creadores; a su vez, esta interacción derivó en que Palomares compartiera su obra, lo que permitió un valor de capital social relacional, al conseguir que la grabadora 1 tuviera proyección fuera del Estado de Michoacán.

Por otra parte, los sitios de redes sociales son un medio por el cual los periodistas mantienen contacto con artistas gráficos. Como manifiestan los grabadores 1, 2, 4 y 5, por lo general, esta conexión se suscita una vez que han expuesto en un espacio físico, es en ese momento cuando dichos auxiliares de producción suelen acercarse al expositor y pedir una entrevista. Sin embargo, cuando esto no es posible, es a través de estas herramientas digitales que el periodista puede buscar sus perfiles en la red y mandarles un mensaje a través de dichas aplicaciones.

De acuerdo con los testimonios de los grabadores 2, 4 y 5, el acceso a este capital social relacional es sencillo una vez que se mantienen lazos fuertes con la prensa. Para estos grabadores es posible ya que su trabajo en la red del grabado es reconocido, por lo que, las entrevistas a su persona vienen por sí solas o, mediante una solicitud por parte de los creadores. En este sentido, el uso de sitios de redes sociales se circunscribe a ser mediadores del mensaje, como otrora sucedía con las llamadas telefónicas.

Así también, los sitios de redes sociales han funcionado como una herramienta de comunicación para que las galerías de arte puedan tener contacto con los grabadores. Conforme a las respuestas de las grabadoras 1, 2 y 5 las galerías les han enviado invitaciones a sus perfiles de usuario para convocarlas a exponer. No obstante, estas interacciones no siempre son bien recibidas, esto debido a que, como mencionan las grabadoras existe cierta desconfianza hacia aquellas galerías que les resultan desconocidas; una respuesta relacionada a la confiabilidad del entorno social que proporcionan las instituciones en Internet.

Caso contrario al que se da con las relaciones presenciales entre galerías y grabadores. Como se mencionó con anterioridad, no existe una barrera cuando el espacio de exhibición pertenece a un conocido o amigo; lo mismo si el contenedor de arte, que invita, tiene origen en alguna institución conocida. De acuerdo con la grabadora 1, ella ha rechazado algunos proyectos por considerarlos “de dudosa procedencia” o, porque los emisores cuentan con un dominio en la *web*: “la persona que hizo una página le invirtió, o sea, el dominio te cuesta simplemente mil pesos al año” “ya sabes que le está invirtiendo, entonces eso lo vuelve más formal, pero si solamente es alguien que escribe por *Facebook* como que ni siquiera te va ver, no te arriesgas”.

Sobre lo mismo, la grabadora 5 estima que una invitación a través de los SRSs es “hasta cierto punto informal”, las propuestas pueden quedarse “flotando en el aire”; en cambio, la grabadora 2 considera que es “de mala educación”. Ambas coinciden que un correo electrónico es una mejor alternativa para mantener contacto.

En cuanto a los museos, dicha resistencia es casi nula puesto que los grabadores están acostumbrados a recibir invitaciones a convocatorias y proyectos por estos medios, así como también revisar de sus páginas en Internet las fechas para las próximas bienales, para los eventos y las exposiciones. Además del hecho de que se trata de instituciones conocidas. A decir de esto, fue a través de los SRSs que el centro cultural y museo Clavijero, en relación con el Museo Nacional de la Estampa (MUNAE) llamaron a participar a 30 grabadores en un mural colectivo en el mes de marzo; evento en el que toda la muestra de entrevistados participó.

Cuando se acepta gestar proyectos colectivos, ya sea con instituciones o con colegas, una manera de abordarlos, además del uso de SRSs según la grabadora 2, es a través de la plataforma de *Google drive* “si una persona quiere saber algo del proyecto puedo mandar el *link* de la carpeta para su consulta y edición” “me permite hasta compartir imágenes o vídeos”.

En Michoacán existe una conexión estrecha entre los museos y la Secretaría de Cultura del Estado (SECUM) ²², así, para solicitar un espacio de exposición de acuerdo con los grabadores 1, 2, 3 y 5 es necesario relacionarte con las instituciones; lo mismo para que estos organismos compartan el trabajo de los grabadores a través de sus sitios de redes sociales. Según la grabadora 2 “hay muchos amigos, colegas y colaboradores que trabajan ahí, saben quién soy, saben que hago y pues a veces surgen invitaciones”.

Desde el punto de vista del grabador 3, los vínculos con dichas instituciones son “cotos de poder muy específicos, entonces gente que apoyó al candidato durante la campaña es la gente que está ahí, es el círculo de amigos que les van a estar dando proyectos o que los van a estar invitando a actividades”. Así, es necesario cierto

²² Un ejemplo, según la grabadora 2, es el Patronato Amigos del Clavijero. De acuerdo con Reynoso el Gobierno del Estado de Michoacán le destina recursos para la ejecución de proyectos culturales, pero “no forma parte de la estructura de gobierno [...aunque] es parte de la Secretaría de Cultura, depende de una de las direcciones, y la asociación no interviene en la cuestión de la política pública” (2021, párr. 4). En <https://www.quadratin.com.mx/entretenimiento/cultura/con-amigos-del-clavijero-se-evitan-irregularidades-como-las-del-maco/>

capital social relacional a partir de amigos y conocidos para recibir una invitación de exposición por parte de dichos espacios. Tal es el caso de la grabadora 2, quién no ha tenido problemas para exponer en estos recintos artísticos y que como informa, esto se debe a que tiene amigos, colegas y colaboradores que trabajan en la Secretaría, que conocen su trabajo y por los cuales surgen invitaciones para proyectos en conjunto.

Sobre esto mismo, en la perspectiva de la grabadora 1, la casa de la cultura en Morelia también es un lugar de difícil acceso. De acuerdo con su experiencia, esta institución solo se involucra con el préstamo del espacio de exposición sin ofrecer un apoyo en la organización, la curaduría y la museografía; funciones que, cabe agregar, según Díaz (2016) corresponden al museo y no a los artistas. También la grabadora 1 narra la experiencia de una conocida, quién pidió apoyo a la Secretaría de Cultura, de la cual no recibió un buen trato, ni razón para solucionar sus problemas.

En este sentido, el grabador 4 prefiere relacionarse con galerías independientes, lo mismo la grabadora 5. Ambos manifiestan tener una experiencia favorable en el trato con estos contenedores de arte, tanto en los presencial, como en lo digital. A decir de esto, de acuerdo con el grabador 3, los sitios de redes sociales le han permitido difundir su trabajo sin la necesidad de acudir a las instituciones gubernamentales. Cabe recordar que, de acuerdo a la encuesta de la primera fase, en esta investigación, uno de los usos que les dan los grabadores michoacanos a estas plataformas corresponde a la práctica de comunicación que incluye la exposición.

No obstante, esta percepción negativa sobre los contenedores de instituciones gubernamentales no es compartida entre toda la muestra, ya que como declaran las grabadoras 1 y 5, el taller de gráfica del Clavijero fue una propuesta que integró a la comunidad de grabadores al abrir un espacio público para la creación y exposición de sus trabajos.

A decir de estas informantes, más que una conexión con instituciones, se trata de una relación entre personas, es decir, entre los grabadores y quiénes se encuentren al frente de las organizaciones culturales. Desde su perspectiva, el trato va a depender de que la o el encargado tenga apertura al diálogo, así también, que muestre interés por la gráfica e intente comprender dicha práctica artística, y en la medida de lo posible “hacerla también”. En lo general, la SECUM es un cúmulo de personas, y la relación como observa la grabadora 1 no es “regular”, sin embargo, en lo particular, cuando se dirigen con un nodo clave en la red, esta conexión cambia desde el punto de vista de las grabadoras 1, 2 y 5.

En el caso opuesto, los grabadores 3 y 4 afirman tener una mala relación con la SECUM. En la experiencia del grabador 4 esto se debe a una demanda que interpuso a esta Secretaría por despido injustificado, una relación difícil que atañe a cuestiones de política. De igual forma, el grabador 3 considera que la política en el Estado es lo que se interpone para que exista una mejor relación entre la Secretaría y él, en sus palabras la gente que apoya a un candidato durante la campaña, es la gente que tiene acceso a estos puestos en el sector cultura, y es el círculo de amigos de estas personas los que son invitados a proyectos y actividades.

Lo que no significa que la Secretaría de Cultura no convoque a estos grabadores, como es ejemplo el mural de 50 metros que fue mencionado antes; ello, a pesar de que los creadores mantienen sus reservas con la institución.

Capital Social Normativo

Respecto a las reglas que, por sus usos y costumbres, se comparten en la práctica del grabado michoacano, no hay un consenso entre las respuestas de los grabadores puesto que cada uno de ellos tiene una visión particular.

Por un lado, el grabador 3 consideró que los grabadores deben ser más independientes y autogestivos y, por tanto, no esperar hasta que las Instituciones los reúnan, o les “solucionen todo” para comenzar a organizarse, colaborar y operar. Por otra parte, en oposición, la grabadora 1 observó que es un error cerrarse a la

colaboración con espacios como el Clavijero, ya que ven en ellos una forma de beneficiarse.

Así también, esta grabadora reflexionó que este tipo de actitudes provoca una comunidad tóxica, donde se cierra la puerta a aquellos colegas que laboran para las instituciones; como le sucedió a la grabadora 5, quién se percibe a sí misma lejana con algunos creadores de la ciudad de Morelia, “por ahí uno mencionó que, los talleres no teníamos que depender de las instituciones culturales y justamente está como este choque entre Clavijero, con los otros talleres porque el taller Clavijero es parte de una institución; y dije, o sea, en vez de que vean como que nos podemos beneficiar justamente de que el taller Clavijero es parte de la institución, y aparte le cerramos puerta a alguien [...], que a mí se me hace una muy buena artista, muy buena grabadora y en vez de hacer como una comunidad sana de grabadores, es pues totalmente tóxica”.

Al respecto, el grabador 3 comentó que en Morelia suelen observarse grupos entre amigos y que, si “ven que te juntas con fulano, ya perengano no te habla”. En este sentido, el entrevistado 4 aludió que existen situaciones en que el apoyo, como la asistencia a exposiciones, se niega cuando entre creadores no se llevan bien. No obstante, el grabador 3 atendió que no es lo mismo que hace 20 años, puesto que, los más jóvenes tienen “otra mentalidad”.

Una norma que impide la consolidación del gremio, como opinó la grabadora 1, es la regla de la Sociedad Michoacana de Grabadores de solo integrar en su grupo a talleres de gráfica lo que, a su parecer, cierra las puertas a aquellos artistas que trabajan de manera independiente. Si bien, los espacios están abiertos para que otros grabadores puedan estampar en caso de no tener un tórculo, por ejemplo, no son parte de las exposiciones colectivas, ni de la promoción en los sitios de redes sociales de La SMG.

Otro punto de vista acerca de las normas no establecidas en el grabado es sobre el uso apropiado de las técnicas. La grabadora 1 manifestó que, algunas personas, en

la Facultad la han criticado por añadir colores a sus estampas con acuarelas, o crear con técnicas mixtas. Estas actitudes las ha observado también en un grupo de *Facebook*, donde dentro de los comentarios ciertos “puristas” desdeñan el trabajo de otros pares por alejarse de los métodos clásicos o, califican las obras como otra cosa que no es grabado; según la grabadora 1 “ he visto, estoy en un grupo de *Facebook* que se llama por amor al grabado donde hay como pura gente de Latinoamérica, entonces por ahí llego a ver qué luego publica como sus grabados y está padre que se haga como ese tipo de seminarios dentro de los comentarios, de opiniones, pero sí suele haber muchos que son muy puristas y clásicos con el grabado”.

Estos señalamientos a la técnica conciernen a la XII Bienal Nacional de Pintura y Grabado Alfredo Zalce del 2020 que, como comentaron las grabadoras 1 y 2, suscitó polémica sobre el ganador, ya que la obra se construyó a partir de un sello fechador y no de una matriz grabada; de acuerdo con la grabadora 2, a pesar de que era una pieza gráfica, esta no correspondía a la convocatoria [o a las reglas] de la bienal, puesto que no era un grabado, pero si una estampa. Toda la discusión, según dicha entrevistada, se mantuvo a “altas temperaturas” en los sitios de redes sociales hasta el punto que, por este medio, se distribuyó una petición en change.org para cambiar la decisión del jurado.

Por otro lado, los seguidores 1 y 2 reflexionaron que los grabadores michoacanos deben considerar aprender el manejo adecuado de sus sitios de redes sociales. En palabras del seguidor 2 “Creo que no hay por qué quejarse, para los artistas estas herramientas virtuales han venido a ser de lo mejor ¿no? de lo más positivo en estos días; porque en mi caso pues renegaba muchísimo de lo virtual, de las nuevas tecnologías, hasta nuevas producciones. Ahora si como dice el dicho: el que no se adapta se queda atrás”.

Como menciona el seguidor 1, al respecto, “luego los grabadores pecan mucho de pensar que saben lo que están haciendo en las redes sociales, pero no saben; [...] es muy fácil eso de subir un montón de contenido y esperar que algo de eso le llega

a la gente, pero hay un fenómeno que lo llaman como el vacío del internet que es que en algún momento hay tanta información del internet que si tú no vas y encuentras la manera de llevarla al público que quieres, [...] es muy probable que eso nunca jamás, jamás, jamás ocurra”; “luego hacen mucho eso de subir mucho contenido en bola ¿no? todo al mismo tiempo, cuando lo que hace eso es provocar un fenómeno que lo llaman como *Shadowban*, que es que la misma red social, el mismo algoritmo de *Instagram* cuando ve que son [muchas...] publicaciones seguidas lo que ocurre es que el mismo *Instagram* bloquee el alcance de varias de ellas porque las toma como spam”.

En otro orden de ideas, algunos de los entrevistados argumentan que es necesario mantener una postura con respecto a los lugares en donde exhibirán sus trabajos. Así, por ejemplo, la grabadora 2, que es una artista consolidada, mantiene cierto perfil con una línea muy marcada de su desarrollo profesional, por lo que, de acuerdo con su opinión, no acepta en *Facebook* propuestas del “nivel de una persona que apenas empieza su carrera”. El caso contrario de la grabadora 1 que está dispuesta a aceptar la invitación a exponer en los SRSs sin importar si se tratan de convocatorias grandes o pequeñas, museos, galerías, revistas o cualquier divulgador por estos sitios. La razón de ello se justifica porque esta creadora emergente se interesa en poder mostrar lo que hace.

A decir de esto, la grabadora 2, mantiene una postura sobre cuáles de los proyectos que le mandan en los SRSs debe aceptar. De tal forma que, rechaza las iniciativas privadas que solo podrían beneficiar a un grupo reducido de personas, dando prioridad a aquellos destinados, por ejemplo, a la conservación de lenguas originarias, o la difusión y promoción de la gráfica en comunidades.

Así, los valores personales parecen ser un aliciente para el comienzo de proyectos por parte de los grabadores entrevistados. En el caso de la grabadora 2, que es migrante, cabe una responsabilidad social con México; por otro lado, la grabadora 1 se siente con la obligación de crear en materia de los derechos de la mujer, idea que cabe mencionar, provino de seguir en SRSs a otra grabadora que trabaja con

estos temas. De hecho, Las Adelitas, que es el taller en donde esta creadora participa, tiene como objetivo exponer que en Michoacán también hay grabadoras mujeres, y no solo hombres como sucede en la mayoría de los otros talleres.

Sobre este mismo punto, los valores que visibilizan los seguidores de los grabadores a través de sus sitios de redes sociales son otros de los motivos por los cuales los seguidores 2 y 3 consienten, o no, en apoyarlos, darles *like* o comentar sus trabajos. “He visto mucho últimamente de los movimientos feministas, pues generalmente son problemáticas sociales y abordadas a través del grabado y pues a mí me llaman mucho la atención las técnicas que utilizan [...]. Pero creo que es eso, [los sigo] principalmente por apoyo a la comunidad, porque realmente me gustan los temas sociales que he visto que la mayoría intentan abordar en los grabados, y me gusta” (seguidora 3).

Por lo demás, en los seguidores 2 y 3 hay una relación entre identificarse con el trabajo de otros para interactuar con los grabadores michoacanos: “Lo que me ha pasado mucho es de que me identifico también con los trabajos, con las ideas que ahí se exponen y se han trabajado. Me identifico de manera personal y, los admiro en la calidad y las técnicas, y pues el trabajo que estén poniendo” (seguidor 2).

De acuerdo con los seguidores 2 y 3, seguir el trabajo de los grabadores michoacanos ha sido una forma por la cual se inspiran para ser artistas visuales, ello más allá de una práctica de acopio de datos, por ejemplo. “Hay un diálogo indirecto cuando estás analizando la obra de otro artista, cuando te está inspirando, cuando te hace trabajar un poco más” (seguidor 2), “de hecho, pues me inspiran a hacer lo que quiero, y a conseguirlo” (seguidora 3).

Igualmente, las relaciones de amistad son un aliciente para que los seguidores 1 y 2 procuren ver el trabajo de los grabadores, de acuerdo con el seguidor 1 “me gusta su trabajo y [...] son gente que conozco, y me gusta apoyar a la gente que conozco. Aunque también es cierto que si su trabajo no es bueno, o si no me gusta es muy probable que le de *like* nada más pero no les diga nada, ni lo comparta; sí me gusta

es muy probable que comente o comparta, o que nada más le like de todas formas y no diga nada”.

No obstante, los tres seguidores entrevistados advirtieron que solo dan *like*, comentan o comparten publicaciones cuando estas son de su agrado: “realmente no es como que me gustan las cosas solo por visitar, o que comparta las cosas solo por compartir ¿no? más bien como que si... pues les diría que me gustó su obra, y si ya puedes entablar conversación sobre eso, o sobre otras cosas y hacerlos amigos” (seguidora 3).

Otro valor habitual que se aprecia en las respuestas de los grabadores es la solidaridad entre compañeros. Los ejemplos que se mencionaron son: la compra de materiales que producen los amigos, y que publicitan en *Facebook*; el ofrecimiento de los tórculos para aquellos que desean imprimir [invitaciones que se mandan a través de *WhatsApp*]. Así como el compañerismo y trabajo en equipo que ha quedado sentado en el capital social relacional.

Además de lo anterior, existe la presencia de un trabajo colaborativo como valor, al existir publicaciones en los SRSs donde se informa a los amigos en qué lugares se pueden vender las obras; cuáles son las nuevas convocatorias para grabado; y la práctica de etiquetar a las personas en *posts* para que estos encuentren información que es de su interés, como insumos, temas de investigación y tutoriales.

Capital Social Cognitivo

A juzgar por la muestra de grabadores, los sitios de redes sociales funcionan para conocer sobre concursos, convocatorias, exponentes y técnicas de grabado, así también, para aprender sobre *marketing*, venta y difusión de sus trabajos. En este aspecto, adquieren el conocimiento a través de tutoriales y publicaciones que comparten sus colegas.

Tanto la grabadora 2, como el grabador 4, reconocieron que esta práctica de observar el trabajo de otros grabadores en los SRSs es una ventaja que puede aprovecharse en la docencia. Así, estos maestros socializan esta información con

sus alumnos a través de enlaces a perfiles de varios artistas; que, además, les permite nutrir su trabajo personal.

Como podrá leerse más adelante, la consulta de perfiles de otros grabadores es una forma en que estos artistas solucionan sus problemas relacionados a las prácticas creativas sobre aplicación de técnicas, incubación de ideas o inspiración. En el criterio de la grabadora 1²³, mirar a los grabadores a través de sitios de redes sociales es una forma de reinterpretar su arte, aprender a expresarse de diferentes maneras, de no estancarse en lo cotidiano y poder “tocar otros temas”. De manera similar, el seguidor 2 expresó que “desde la producción estos acercamientos a otros artistas me han inspirado, me han enseñado de manera visual, o sea, como dicen: viendo se aprende”. Así también, revisar los sitios de redes sociales de pares le permite a toda la muestra indagar sobre lo que se está haciendo en el mundo de la gráfica lo que, de acuerdo a las grabadoras 1 y 2, puede evitar un plagio involuntario.

Por otra parte, en su mayoría la muestra de grabadores está de acuerdo que los tutoriales en los SRSs son un modo de adquirir conocimientos, según menciona el grabador 4 “ahora no hay secretos militares porque todo está en Internet, o sea, cualquiera cosa que tú quieras consultar de una técnica ahí hay un tutorial”. Como mencionan la grabadora 5 hay tutoriales “de cómo hacer una prensita de grabado, de cómo hacer tinta”, etcétera.

Igualmente, como menciona la seguidora 3, “en grupos de *Facebook* la gente comparte su trabajo, y comparte sus técnicas, y comparte sus secretos”; de tal forma que referente al seguidor 2 “los maestros están súper accesibles, desde el hecho de compartir su trabajo hasta compartir técnicas, secretos y compartir diálogo”.

A razón de lo anterior, aprender a partir del trabajo que comparten los grabadores michoacanos en los sitios de redes sociales es uno de los motivos por los cuales los seguidores 2 y 3 interactúan con las publicaciones de estos creadores, tomando

²³ De manera *offline* de acuerdo a la grabadora 1, también hay un acercamiento al trabajo de otros grabadores a partir de la sugerencia de compañeros de escuela y maestros.

en cuenta que ambos comienzan su recorrido por el grabado. Como señaló la seguidora 3 “aunque yo no grabo mi intención en un futuro si es hacer grabados, y mejorar”, “yo no tengo la experiencia ni el conocimiento que ellos tienen, pero pues algo se me queda, algo que puedo emplear después”, “quizás no he hecho todo porque pues no tengo las herramientas, ni materiales a la mano, pero pues son cosas que guardo o que anoto”.

En complemento a lo anterior, el seguidor 2 mencionó: “yo me estoy prácticamente formando como grabador e incluso de manera autodidacta, me interesa mucho cómo pues aprender de ellos [...] entonces conozco el trabajo de un grabador, busco sus redes sociales, y ya lo busco de manera más directa y trato de estar al tanto, de seguir su trabajo, donde tiene su taller, donde trabaja, pues más cuestiones como técnicas, [...] todo, como usa las herramientas y los materiales”. Incluso para el seguidor 1, que no se encuentra interesado en grabar, las publicaciones de sus amigos grabadores le han servido para aprender sobre esta práctica artística en particular.

Empero, en la opinión de los grabadores, estas redes no son el medio por el cual como se hacía antes se acercan a un maestro grabador para pedir asesoría; en cambio, según manifiesto el grabador 3 “nada más les pongo *like* a su video” de *YouTube*; o los sigue en sus cuentas a manera de aprendiz *voyerista*²⁴, sin que necesariamente el otro grabador conozca de la existencia de su discípulo. No obstante, según fue el caso del seguidor 2, lo anterior puede variar, ya que, como aludió dicho entrevistado suele buscar la posibilidad de comunicarse con los maestros, “acercarse lo más que se pueda, sí se puede aprender físicamente o presencialmente” o “tener un diálogo un poco más directo, personal por medio de los chats y sin temor ni prejuicios”.

Pero no solo los entrevistados aprenden acerca de la gráfica, también los sitios de redes sociales, según su opinión son espacios en donde adquieren conocimiento

²⁴ Como los usuarios *voyeristas* que alude Delia Crovi (2016) en su obra *Redes sociales digitales: lugar de encuentro, expresión y organización para los jóvenes*. México: la biblioteca.

en materia de difusión y venta de la obra; de acuerdo con el seguidor 2 “a base de estos medios he aprendido mucho, me han inspirado mucho estos artistas y también la forma de vender, la forma de compartir el trabajo”.

Desde el punto de vista de los grabadores 3 y 4, el arte es un producto con características que lo hacen diferente a otros objetos, un mercado de nicho y, por tanto, es necesario instruirse con estrategias para su comercialización a través de estas plataformas, al igual que profundizar en el mecanismo de los SRSs como las estadísticas; en el criterio del grabador 4 se trata de “herramientas muy necesarias, pero hay que saber jugarlas”. No obstante, el grabador 3 consideró que, si bien tener un entendimiento de las ventas a través de estos canales es necesario, en un futuro si le va bien va a contratar a “alguien encargado nada más de eso, porque si es muy exigente”.

Al encuentro con los SRSs se suma el sitio *web* de cursos en línea *Domestika* que, conforme a las grabadoras 1 y 5, ha sido de utilidad para instruirse sobre carpetas de artista en formato virtual y físico, venta de arte y, presentación del trabajo en redes sociales. En la opinión de la grabadora 5, este formato de clases *online* tiene por ventaja una mejor producción de audio y video en comparación a algunos tutoriales que se encuentran en *YouTube*, así también, en la estructuración de la información.

Capital Social Confiabilidad del Entorno Social

A partir de la encuesta de la primera fase de esta investigación, ha quedado claro que los sitios de redes sociales son usados por los grabadores michoacanos para el comercio de su obra. En este sentido, la confianza que depositan los entrevistados hacia el comportamiento de sus compradores en estos sitios digitales es distinta según cada respuesta.

De acuerdo con el grabador 3, vender en estas plataformas significa un riesgo porque no se conoce al cliente; no obstante, el intercambio se efectúa ya que el

creador tiene su seguridad puesta sobre el sistema que le permite efectuar una “venta buena por Internet” gracias a los servicios de *PayPal* o la tienda en *Instagram*.

Lo que es distinto al grabador 4, quién tiene puesta su fe en el comprador, argumentado que “no son celulares, no son *tablets*, no son cosas con las que te puedan estafar, porque además la gente que vende arte tienen como cierta ética y cultura ¿no? de decir: bueno pues arte, no voy a ser como, a timar a alguien; a lo mejor porque se trata de arte” y si llego a perder “pues ni modo”. Cabe señalar que este creador, también comercializa su trabajo en Internet a través de una galería de renombre, además de manejar una cartera de clientes de su confianza para su propia galería.

En el caso de la grabadora 5, la certeza de la venta se encuentra en el método de pago que es en efectivo y presencial; si bien, el hallazgo de la obra y el contacto por parte del cliente ocurren en los SRSs, la compra sucede en físico una vez que las partes implicadas se han puesto de acuerdo. Así también, esta creadora vende sus estampas en galerías, incluyendo el espacio del grabador 4.

En cuanto a las opiniones de los seguidores 1, 2 y 3 se sienten seguros ante la posibilidad de comprar grabados michoacanos a través de redes sociales; a juzgar por el seguidor 2 “de manera virtual creo que es todavía más accesible, porque estás en tu casita, cómodo en tu computadora o teléfono, desde ahí puedes ver la obra, puedes ver todas las cuestiones técnicas de la medida y el costo, y comunicarte directamente con el artista”.

Sin embargo, hasta el momento ningún de ellos ha adquirido grabados por este medio, conforme al seguidor 1 “nunca he concretado una venta, o sea, generalmente pregunto precios, pero es raro que compre, más bien cuando lo he hecho ha sido como en persona. En general a todos mis amigos grabadores siempre les quiero comprar obra, pero como uno también es artista no tiene dinero para hacerlo”.

A mencionar de esto, todos ellos han adquirido estampas alguna vez, pero de manera presencial, aunque, los mismos argumentan no contar con posibilidades económicas para hacerlo. De acuerdo con el seguidor 2 una forma de adquirir grabados, pese a lo anterior, es a través del trueque, según él “por medio de mensaje directo se propone el trueque, se hace intercambio de fotografías de obra, se selecciona y las puedes enviar o entregar en personal. Yo he hecho varios así, incluso no solo con grabadores sino con pintores y de otro ámbito que me han dado mezcal por grabados y he quedado muy satisfecho”.

Por otro lado, en la grabadora 1 hay cierta desconfianza de la venta en sitios de redes sociales a causa de los posibles plagios de los que podría ser víctima; ya que, esto le sucedió con un retrato que le encargaron, que digitalizó y envió a un cliente que no le pagó y, que lo publicó en sus redes sociales sin darle crédito. Por tanto, para evitar el robo de su obra la grabadora comenzó a fotografiar sus procesos de creación para que su imagen sea asociada a las piezas que elabora así como el espacio donde fueron creadas; también se comprometió a firmar los grabados con tintas indelebles; y en un futuro, pretende registrar su obra ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Por el contrario, el resto de las y los grabadores entrevistados, no consideran necesario implementar alguna estrategia para evitar que sus piezas sean plagiadas en sitios de redes sociales. Como señaló la grabadora 5 quien quiera hacerlo lo va a hacer, además se va a quemar. De acuerdo con esta entrevistada no se trata de un robo, es más bien una influencia que se tiene sobre los demás, y es posible que las personas a las que se les da clases absorban la forma de grabar, o los personajes de sus maestros. Conforme al grabador 3, todo lo que se sube a las redes sociales es de todos y, por tanto, puede servir de inspiración sin que eso signifique una copia del trabajo de otros.

Según la grabadora 2, existe el peligro de que tus conceptos se reflejen en otros artistas, pero podrían ser casualidades, finalmente es inevitable, ya que en el mundo

del arte tus ideas no serán siempre tuyas a menos que te quedes escondido y no publiques, o no participes en competencias o bienales.

Así como los sitios de redes sociales son utilizados por los grabadores para la venta de sus obras, también son un lugar para la compra de materiales. Sobre este particular, la confianza hacia el comportamiento de sus proveedores a través de estos canales, de acuerdo a los entrevistados, es positiva. Sin embargo, esta confianza se encuentra condicionada por estrategias a las que los entrevistados recurren para asegurarse de que sus pedidos serán lo que esperan; un ejemplo de ello, es la adquisición de insumos de marcas reconocidas por medio de los SRSs oficiales; otra es la revisión de comentarios y críticas de otros compradores; así también, el uso de sistemas de pago como *PayPal*.

Por otra parte, es preciso añadir a estas impresiones de la confiabilidad del entorno social, otros comentarios que surgieron tales como la seguridad en los sitios de redes sociales; las propuestas de proyectos recibidas en estas plataformas.

Referente a la grabadora 2, sobre el primer punto, México es un país violento, por lo que, para proteger su espacio solo acepta a personas conocidas en *Facebook*, mientras que en *Instagram* tiene dos cuentas; una para su desarrollo como artista y otro perfil privado para relacionarse con sus amistades. De forma similar, según el grabador 3 en estos sitios la gente puede ofenderse por las publicaciones y agredir, ya que son incapaces de discernir entre “la vida real” y el mundo en las redes; así que, para proteger a su familia el creador aparece con un seudónimo en los SRSs, tomando en cuenta que tanto sus amistades, como conocidos conocen su verdadera identidad.

Acerca del segundo punto, como se observó en el apartado del capital social relacional, hay un grado de desconfianza en las propuestas de trabajo de galerías que no se conocen en lo presencial. En consecuencia, las grabadoras 1 y 5 confesaron que no suelen aceptar proyectos de estos espacios cuando son desconocidos o no son de renombre, cuando no tienen publicaciones o movimiento

en sus redes sociales, o incluso cuando hay que arriesgar dinero; tomando en cuenta que, de acuerdo a la grabadora 2 el pago para participar en ciertos proyectos es una práctica común.

Capital Social Institucional

De manera general, los capitales arriba mencionados reflejan un esbozo del trabajo en equipo de las y los grabadores michoacanos, Sin embargo, las acciones a pesar de realizarse en conjunto no afectan a todos los creadores de la red, son más bien para el beneficio individual o de los talleres que, para alcanzar a todos los actores, lo que, no corresponde a la creación de institución.

En principio, las y los grabadores argumentaron que sus amigos y colegas les han pedido ayuda a través de los SRSs. De acuerdo al grabador 3, es “lo que más sucede entre compañeros que ya están egresados de la carrera o que se dedican de manera profesional a las artes; es lo que más fluye en mi círculo”, ayudo a “algunas personas que han sido mis estudiantes o con algunos compañeros que luego necesitan saber algo muy específico, o simplemente pues alguna convocatoria”, “es más común compartir ese tipo de información, que estas cuestiones de técnica”. Sobre lo mismo, la grabadora 2 argumentó que “sí hay un tema y un estudiante en su proceso de titulación está trabajando este tema yo encuentro al artista que podría ser su fuente de antecedente o análisis en su proyecto, también lo etiqueté y de esta manera todo esto sucede en *Facebook*”, “a veces contestó preguntas, convocatorias, un consejo, eso también se hace a través de redes sociales, sí es muy personal es a través de *Messenger*”.

Si bien, toda la muestra de grabadores mencionó haber ayudado a sus pares a solucionar sus problemas mediante el uso de los sitios de redes sociales, el apoyo ofrecido solo se ha dado entre amigos y conocidos en las redes, o para alumnos en el caso de los entrevistados que son docentes. Así, en las respuestas no se menciona la creación de contenidos para SRSs con tal objetivo. De forma similar, de acuerdo a los entrevistados, el conocimiento que comparten en estos sitios

generalmente proviene de otros productores, lo que significa que ellos solo son mediadores del mensaje transmitido.

Lo anterior, con excepción de la grabadora 1, quien manifestó que ha creado videos para *Instagram* en los que comparte sus saberes con respecto a técnicas, así como otros procesos relacionados con su labor. Por otro lado, los grabadores 2 y 4, comentaron que, sí han instruido a otros en la gráfica a través de estos medios, sin embargo, su alcance solo es en la docencia, pues son sus estudiantes los que tienen acceso a dicha información. Lo que no significa que otros se vean beneficiados, puesto que en el caso de la grabadora 2, algunas de sus conferencias han sido transmitidas en *Zoom* y *Facebook Live*.

Desde la perspectiva del capital social institucional, y en relación a lo mencionado, el segundo beneficio que destacó en las respuestas de los grabadores es el valor de la comunicación, tanto con amistades como con desconocidos (como se ha mencionado anteriormente). De igual forma, la mayoría de estos entrevistados, considera que la propiedad de estos sitios es la de poder difundir sus trabajos, lo que significa un beneficio más bien individual que institucional.

A pesar de lo anterior, los sitios de redes sociales si han funcionado como capital relacional a un nivel institucional; de ese modo, son un espacio en Internet para la concreción de proyectos entre grabadores, según los entrevistados.

En la opinión de la grabadora 2, los artistas quieren estar conectados entre ellos, sobre todo en redes profesionales donde quizás las personas no se conozcan físicamente, pero se forman conexiones con otros grabadores con los que pueden generarse planes en conjunto, así según el testimonio de la grabadora 1, estos creadores están dispuestos a trabajar con cualquiera, porque lo importante es seguir produciendo.

Por lo tanto, como comentaron los grabadores 1, 3 y 4, algunos grabadores en Michoacán convocan a colegas del Estado y de la república mexicana a participar en estancias artísticas o en la creación de una carpeta colectiva de grabado. Sobre

lo anterior, el grabador 3 comentó que ha utilizado los grupos de *Facebook* para invitar a los creadores, como también lo ha hecho el grabador 4, quién aparte argumentó haber utilizado un grupo de *WhatsApp* con estos fines, además de ocupar la aplicación para la recepción de trabajos, los avances de proyectos y la retroalimentación para mantener informados a los concursantes.

De forma similar, los sitios de redes sociales les han generado oportunidades de trabajo y desarrollo en proyectos colectivos. Por ejemplo, el grabador 3 aludió que a través de estos sitios aceptó un ofrecimiento, por parte de una vieja amistad, para trabajar en la bienal FEMSA. Lo mismo la entrevistada 5, quien en repetidas ocasiones ha recibido invitaciones para exhibir en galerías.

Igualmente, las grabadoras 1 y 2 argumentaron que los SRSs han sido el medio por el cual fueron contactadas, lo que sucedió (cabe mencionar) porque su trabajo expuesto en las redes funcionó a manera de portafolio. Como informó la grabadora 1, para ser seleccionada en el mural colectivo del Clavijero y el MUNAE; la encargada del taller la recomendó, pero los organizadores observaron sus sitios de redes sociales sin la necesidad de pedirle evidencias de sus piezas “ella me recomendó para esto del mural y yo dije: ay muchas gracias por recomendarme, y me dijo pues no te creas, yo solamente recomendé, pero ellos eligieron, vieron tus redes sociales”.

Sobre este particular el seguidor 1 manifestó que “las redes es la forma más eficiente de comunicarse y mostrarle tu trabajo a alguien. Es una ventaja, es un portafolio móvil, tú puedes llegar y decirles: checa mi trabajo. Tienes toda la información que necesitas en esto, en un cuadrado [celular]”.

Por otro lado, en la opinión del grabador 3 el algoritmo de los sitios de redes sociales permite ubicar geográficamente a los artistas y relacionarlos con sus pares que se ubican en un espacio determinado, de tal manera que las páginas se van concatenando entre sí, lo que facilita que las personas vean su trabajo porque se encuentran en la misma zona que otros grabadores, y en consecuente pasen a ver

los perfiles de aquellos conectados en esa red. Este proceso beneficia al grabado michoacano cuando es por la fama de uno de ellos que el interesado visita sus redes y “de rebote” ven lo que otros están haciendo en el Estado.

Para el grabador 3, en lo personal la fama de otros lo beneficia por que “si el nivel de los compañeros sube” él se ve “exigido y motivado a mejorar” en cuanto a su trabajo, en sus palabras menciona: “verlos como competencia a mí me motiva porque veo que están trabajando, que le están echando ganas. Eso a mí se me contagia y digo que chido que ese *wey* está trabajando, me gusta meterme como en ese tipo de energía”.

De forma similar, el grabador 4 argumentó que en las redes *offline* la fama de sus colegas (y la suya) es lo que ha permitido que personas interesadas en la gráfica vayan a visitar los talleres en Pátzcuaro, es entonces que, pasan a ver al artista destacado y este los dirige a presentarse con otros creadores que trabajan en el pueblo. A juicio del entrevistado, no hay un egoísmo como tal, es más bien una oportunidad para que los extranjeros conozcan diferentes posibilidades estéticas, nuevos talleres y al resto de los artistas.

No obstante, en el resto de la muestra de grabadores referente al beneficio de la fama de otros, hay más una perspectiva individual que una visión institucional. Sobre ello la grabadora 1 argumenta que el reconocimiento en los SRSs por parte de amigos, colegas y maestros es “muy reconfortante” y le ayuda a crecer, “te enaltece, no en el sentido de que te sientas más que otros, sino que, es como de vas por buen camino”. De igual forma la grabadora 5 alude que más que fama es una motivación sobre todo si es por parte de su maestro de la MAPECO, sus amistades o sus familiares.

Las y los grabadores entrevistados se consideran parte de los creadores que componen el mapa de artistas del Estado de Michoacán, pero sus respuestas advierten una identidad arraigada en el esfuerzo personal, de tal manera que, no parecen proyectarse como un conjunto. Según el grabador 3 “no hay un gremio

sólido en el Estado que nos permita una proyección en otros estados, o sea, cada quien jala para su molino y hace lo que puede con lo que tiene, y ya”.

Esta misma postura la comparte el seguidor 2, quién cabe recordar es un grabador cercano a la red michoacana, de acuerdo con él “sigue habiendo mucho egoísmo, mucha individualidad, [los grabadores michoacanos] prefieren ser compartidos y seguidos [...]. Es que eso lo sigo viendo muy poco, que un artista comparta a muchos otros de manera masiva, o local, o amigos o conocidos o admiradores también”. “[La SMG] hacen las exposiciones colectivas y virtuales, pero, no sé, yo no he visto algo así de manera nacional y que no sea manejado por corredores de arte que no sean los mismos artistas”. “[A] los artistas nos hace falta darnos cuenta que se nos presentó esta oportunidad como redes virtuales”.

En las y los grabadores michoacanos cabe una aspiración no alcanzada, la añoranza de un grupo más integrado y organizado. Esto se ve reflejado en el momento que se comparan, como lo hicieron los grabadores 3 y 4²⁵ y el seguidor 2, con el grabado oaxaqueño; para ellos, en Oaxaca, existe más colaboración, cooperación y organización, además de una mayor capacidad para formar redes y unirse para abastecer un mercado que tiene proyección internacional. En palabras del grabador 3 “Diferencias y discrepancias siempre las hay, pero pues a veces ni siquiera podemos generar diálogos entre nosotros, entonces si se complica la situación y creo que aquí en Michoacán se da mucho porque por ejemplo veo a los oaxaqueños y la proyección internacional que tienen pues es bien interesante, pero pues sí también habría que aprenderles a los oaxaqueños”. Según el grabador 4 “en Oaxaca hay, no sé cómo decirles si galerías o puestos hasta en el mercado, haz de cuenta que vas al mercado que está aquí vendiendo la birria y al otro lado hay un puesto en donde están vendiendo grabados. Te voy a decir porque, porque Oaxaca tiene mucho mercado, mucho turismo no solamente nacional, ni solamente estadounidense, sino mucho mercado europeo, entonces ¿Qué es lo que pasa?

²⁵ Así también lo comentaron otros cuatro grabadores con los que se tuvo la oportunidad de platicar en el mural organizado por el Clavijero y el MUNAE, pero que no son parte de la muestra.

Que tienen la capacidad de formar redes y unirse y bueno y abastecer ese mercado y se puede dar el lujo de vender carísimo”.

Se observa un paso hacia el uso del capital social para la creación de institución con la reciente apertura de la Sociedad Michoacana de Grabadores, como lo fue el Taller de Gráfica Popular. Sin embargo, al solo aceptar a los talleres como integrantes, dejando de lado a los creadores independientes, este esfuerzo no es suficiente para tener efecto sobre toda la red del grabado michoacano.

Otras Prácticas

Práctica Creativa: Cuestionamiento del Problema

De acuerdo a las y los cinco grabadores, los sitios de redes sociales no son el lugar en donde se obtienen las primeras ideas para comenzar un grabado. En lugar de ello, son un espacio, según las y los grabadores 1, 2, y 3, para conocer de sus pares lo que están produciendo y, de ser posible, la metodología de trabajo que incluye la ejecución de técnicas. Lo que es más cercano a un momento de incubación e intuición para solucionar la aplicación.

Con respecto a la grabadora 5, la idea no “surge a partir de otra, si no que existe”, así la búsqueda de imágenes en *Facebook* o *Instagram* es para solucionar, por ejemplo, texturas. En este sentido, el interés se encuentra puesto en las técnicas de aplicación y la experimentación con materiales, del cómo se hace. Esto, de acuerdo al grabador 3, “enriquece más el proceso creativo, que ver la obra terminada”. Dicho uso fue un patrón entre los entrevistados, como pudo observarse en el capital social cognitivo.

Según la opinión de la muestra de grabadores, de igual forma, uno de los usos de los sitios de redes sociales está ligado al acopio de datos para la obtención de material de inspiración, que recuperan tanto de los perfiles de otros usuarios pares, como de las páginas de museos y galerías, e igual de grupos de *Facebook* especializados en la gráfica. Estos espacios en Internet, como refieren, los

grabadores 2 y 3, proporcionan una búsqueda específica y filtrada de los temas que les interesan.

Similar a los sitios de redes sociales, las exhibiciones físicas de piezas artísticas en museos, galerías, talleres o ferias de arte son un lugar de encuentro para la resolución de problemas y el acopio de materiales de inspiración. Asimismo, los entrevistados hacen referencia a que estos lugares detonan la primera idea para comenzar una nueva pieza. Lo que ocurre, también, con la consulta de libros de arte y películas.

Son los grabadores 4 y 5 quienes consideran que los sitios de redes sociales no propician en ellos nuevas ideas para crear. De acuerdo con estos artistas, para el cuestionamiento de una obra es necesario sentirse inmersos en un espacio de exposición para conseguir la inspiración, lo que, no puede alcanzarse dentro de la tecnología, es decir, ver las piezas en físico, “tener que sentirlo”, “tener que vivirlo”. De acuerdo a la grabadora 5 “necesito yo tener una experiencia para poder crear”.

Como argumentan las y los grabadores 1, 2, 3, y 4 es a través del trato presencial con sus pares en los talleres o en los lugares de encuentro como las ferias de arte, en donde estos artistas tienen acceso a otras formas de expresión, ya sea, como un modelo del cual inspirarse, o al cual aspirar, o inclusive superar.

Prácticas Económicas

Los sitios de redes sociales, de acuerdo al testimonio de los grabadores entrevistados, han sido una herramienta para encontrar convocatorias y becas. La manera más común para llegar a ellas es a través de las publicaciones que amigos pares comparten en sus muros o directamente por recomendación de ellos con mensajes de texto vía *inbox* o *WhatsApp*.

Otra manera de encontrarlas, como mencionó la grabadora 2, es buscando directamente en sus cuentas en *Facebook* o *Instagram*, pero también en las páginas *web* en Internet. Desde su punto de vista, esta acción es necesaria para seleccionar el tipo de obra que será enviada a concurso, por tanto, se debe consultar los sitios

de las convocatorias, ya que, con ello es posible conocer las reglas para participar, al jurado, las piezas que fueron seleccionadas anteriormente y el perfil que tiene cada certamen. Así los SRSs ponen a disposición una ventaja competitiva, ya que, son un compendio de información para el discernimiento razonado en la toma de decisiones.

De forma similar, según esta grabadora, en los sitios de redes sociales también salen publicadas las becas y convocatorias del Sistema Nacional de Creadores y del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) para el estímulo a jóvenes creadores, o para los creadores reconocidos. Quienes saben de ello, ya conocen las fechas en que suelen subirse estos contenidos, y por lo menos uno de los amigos en *Facebook* comparte esta información.

Sin embargo, los grabadores 3, 4 y 5 argumentaron que prefieren no aplicar para becas o convocatorias en general, aunque sí lo hayan hecho en algún momento de sus carreras profesionales. Esto se debe, de acuerdo a los entrevistados 3 y 5, porque resulta un acto “desgastante” y “estresante”. En lo particular, el grabador 3 manifestó que este tipo de prácticas le afectaban emocionalmente, dado que, lo incitaban a cuestionar su trabajo visceralmente. Por otra parte, la grabadora 5 confesó que grabar bajo las expectativas de un grupo de personas era más bien el trabajo de un diseñador gráfico; una convocatoria impacta en su creatividad porque no es libre de crear de acuerdo a sus propios gustos.

Con respecto a estos grabadores y al resto de ellos (con excepción de la grabadora 2) la venta de sus trabajos, en físico y por SRSs, ha sido la manera de apoyar su labor artística. Por tanto, no recurren a estos espacios digitales para la búsqueda de financiación o patrocinios para el grabado, además de lo ya comentado arriba.

De hecho, como se observó en la encuesta de la primera fase de esta investigación, el 80% de los grabadores michoacanos tienen un ingreso aparte del obtenido por la erogación de sus estampas. De acuerdo a la grabadora 1, ha sido común observar que sus compañeros además de la venta de cuadros también comercializan ropa,

stickers, tarjetas y otros productos que no son considerados “arte”. Esto, de acuerdo a su opinión, es una manera de obtener dinero para comprar aquellos materiales que son necesarios para la producción de grabados.

De manera similar, el grabador 3 planteó que crear algo, aunque no sea su producción personal, le permite tener un ingreso para vivir y, sobre todo, para tener tintas, papel y todo lo que necesita para continuar trabajando en lo que le gusta, sin tener que estar esperando una beca, por ejemplo.

De cualquier forma, la grabadora 5 comentó que también en los sitios de redes sociales es posible acceder a financiación y patrocinio de bancos grandes como por ejemplo Bancomer, y otros recursos federales en México; así como patrocinios en el extranjero de empresas particulares en Europa y Estados Unidos de “*nonprofit foundations*”.

Pandemia

En principio, la contingencia por el *COVID-19* no había sido considerada como una de las categorías a analizar para esta tesis, no obstante, una vez realizadas las primeras dos entrevistas, entre los testimonios que arrojaron los participantes se observó a la pandemia como una variable que repercutía en las prácticas y en los capitales de los grabadores michoacanos. A partir de ello, el diálogo entablado con la muestra incluyó el cuestionamiento sobre la misma y el efecto que tenía en el uso de los sitios de redes sociales.

En este sentido, la cuarentena ha influido para que los grabadores 1, 2, 3 y 5 reporten un incremento en el uso de estas plataformas digitales, en comparación a otros años, con distintos propósitos que son de interés para esta investigación.

El aumento del uso de los sitios de redes sociales para la grabadora 5 se ha notado al momento de adquirir materiales para la producción de su trabajo, entre otros objetos, según ella: “no había de otra, querías, tenías la necesidad de comprar y aparte porque pues estabas aburrida y ya comprabas un buen de cosas que no necesitabas, pero ya era tu único paseo ¿no? el Internet. Pero ya en una normalidad

como la anterior, yo creo que sí, o sea, pues no estamos uno en redes, o sea, no es lo mismo ver el papel en redes que verlo en físico”. Es una opinión que comparte con el grabador 3, ya que como mencionó: “sobre todo este año y el año pasado fue el más [sic]... de todo, no solamente pintura, papel, todo he comprado: comida, cosas que no pensaba comprar [y] ahora ya lo hago”.

En palabras de la grabadora 2 “este año de pandemia 2020 he implementado muchísimo más en porcentaje de promover el trabajo, compartir los procesos, a difundir los resultados y [sic] invitar a las actividades, las cuales están alrededor de todos los proyectos que realizo, como compartir conferencias, exposiciones [...] montajes, actividades con el público de manera virtual”.

Por su cuenta, el grabador 3 mencionó que el uso no fue distinto “más bien se amplió, se amplió en el sentido de que el tiempo que le dedicó a las redes sociales fue más; entonces eso me permite pues estar al pendiente de lo que está sucediendo en la red y pues eso facilita de algún modo la comunicación porque ya algunos compañeros que incluso no lo utilizaban, o no sabían manejar las herramientas de las TICs ahora ya se han visto obligados y esto ha permitido como que las redes a través de Internet se refuercen”.

En el caso de la grabadora 1, ella comentó estar más activa en su perfil intentando generar un mayor número de publicaciones, pero también de ventas; “yo no era consiente a inicios del año pasado, cuando inició todo lo de la pandemia, pero ahora que estamos sometidos a la tecnología justamente pues sí, o sea totalmente un apoyo”. “Por la pandemia [...] tengo más tiempo de investigar que andar en la calle. Entonces, sí ha afectado como en la forma de presentar como mis trabajos en redes sociales y cómo tratarlas”, “me ha obligado a ser autodidacta de alguna forma, aprender a aprender por mí misma con los recursos que tengo en casa [...] a investigar por mí misma a profundidad, a indagar, a ver, a observar otras cosas que antes no las había visto”.

Como se intuye de las respuestas anteriores, es la práctica de comunicación y el capital social relacional en donde se contemplan algunos de los cambios a raíz de la contingencia del *COVID-19*. A decir de esto, el seguidor 2 argumentó “prácticamente es más el contacto virtual por medio de las redes sociales que el contacto físico, sí bueno, aparte de que ahora todo mundo con esto de la pandemia”, “no es nada fácil ahora el acercamiento real, pero si me ha tocado un acercamiento virtual de manera, digamos, directa en el sentido del diálogo, apertura de los trabajos y también compartir varias cosas”; “entonces pues es ahí donde es más la importancia, pues ahora es muy difícil poder encontrarnos y trabajar en grupo y colectivo”.

De acuerdo a la grabadora 1 “ahora queramos, o no, tenemos que estar obligados a socializar por redes sociales y si no, pues no vamos a tener la oportunidad de socializar. Entonces, sí ha cambiado mucho con la pandemia mi trato con las redes sociales, sí me he acercado pues virtualmente a otras personas que no conocía, pero incluso con mis compañeros pues por ahí incluso hablamos como de artistas, de otras redes, de otras plataformas, o de otros Estados, o cosas así por *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook*. Cuando antes no lo hacíamos porque no estábamos tan pegados al celular”. Así también el grabador 3 comentó “hace unos 5 o 6 años todavía era como muy intermitente que las usáramos, pero ahora ya con la contingencia pues sí, sí ha sido un medio indispensable para comunicarnos y participar en algunos proyectos que se han dado”.

Acerca de esto, el seguidor 1 ha notado un uso distinto al que tenía, que según su opinión era menor pero que ha incrementado por la necesidad actual de mantener comunicación con las personas: “lo consideraba una forma de tener el contacto y de ver el trabajo que están haciendo, pero no lo considera como esencial para llevar una relación; y surge la pandemia y básicamente todos tenemos que empezar a vivir en el Internet”. La forma en que me relacionaba con los grabadores michoacanos “era por la gente que me encontraba en el centro [de la ciudad de Morelia], porque justo es donde está la mayor parte de los talleres, y en donde la

comunidad artística vive [...]. Entonces, cambió un poco en el sentido de que ya no los veo y convivo menos con ellos porque a mí no me gusta chatear con gente”.

Si bien, para los grabadores 2 y 3 el uso de sitios de redes sociales han sido una ventaja para afrontar el desarrollo de sus actividades tras el encierro provocado por el *COVID-19*, existieron casos en el que los SRSs no fueron una alternativa para llevar a cabo algunas prácticas de los artistas. Por ejemplo, el testimonio del grabador 4 que, a causa de la contingencia, no le fue posible realizar “las vacaciones gráficas”, una residencia artística donde invitaba a trabajar a su taller a un creador de cualquier parte de la república con la mayoría de los gastos pagados; como él mencionó: “lo iba a hacer el año pasado, porque lo hago como en diciembre, pero ni vi la posibilidad de hacerlo en línea”.

Del mismo modo, para el grabador 4 (que es profesor) y la grabadora 1 (que es alumna) las clases en línea a través de SRSs y otras plataformas tienen inconvenientes para la divulgación y aprehensión de conocimientos. Como menciona esta última “aunque tengamos las clases en línea y sigamos viendo a los profes, aunque sea por la pantalla, no es lo mismo, para nada. Antes por lo menos teníamos como convivencia con el trabajo de otros, pero ahora no tenemos esa oportunidad, y ese es [un] lado gacho de la pandemia”, “antes cuando eran las clases presenciales [encontraba inspiración...] de mis compañeros”. Aunque también reflexionó: “aprendo obviamente de algunos de mis maestros, pero creo que aprendo más ahora con redes sociales, que por gente pues física; pues sobre todo porque ahorita no estoy con tanto trato como antes”. Con respecto al maestro, la manera en que él está solucionando las clases de grabado en línea es “haciendo lo más simple que se pueda, que puedan imprimir a mano” “primero no enseñar técnicas difíciles, las cuales requieran como muchos aditamentos”.

Para la grabadora 1, también la pandemia ha sido una restricción para la creación de algunas técnicas o el estampado de formatos grandes, como ella dijo: “si me he visto cómo limitada por la pandemia a crear otro tipo de cosas, sobre todo por el material, más que por el asunto conceptual de la obra”, “ahora me he visto limitada

al grabado en relieve, cuando antes hacía litografía y agua fuerte, o sea, ya no puedo hacerlo porque sobre todo son trabajos que si tienes que estar [...] un día entero en un espacio trabajando, y luego pues eso me da miedo ¿no? O luego días porque son placas grandes y requieren otro tipo de procesos que son más lentos”, “y prácticamente todo lo que hago es en mi cuarto, y entonces imagínate pintar con solventes, pues apesta tu espacio de descanso”.

A estos problemas, para esta artista, se suma el hecho de tener que renunciar a las comodidades de un taller por la cuarentena y tener que trabajar en su recámara porque, en sus palabras “ya no solo es tu espacio de descanso sino también es tu espacio de trabajo, y muchas veces eso es muy conflictivo [...], me recuerda constantemente que tengo que estar trabajando, pues como que me cierra totalmente la inspiración. Entonces sí lo he platicado con otros compañeros y pues lo mismo”.

Finalmente, cabe resaltar de estas respuestas que los grabadores 1 y 3, y el seguidor 1 comparten la opinión de ver que ante la pandemia las redes sociales son “un medio indispensable”, que su uso es “obligado”, ya que “estamos sometidos a la tecnología”, porque básicamente “todos tenemos que empezar a vivir en el Internet”.

Transformaciones

Los cambios que traen consigo los sitios de redes sociales son diferentes según la perspectiva de cada uno de los entrevistados.

Entre las coincidencias que podemos encontrar tenemos la posibilidad de venta a través de estos medios. De acuerdo con la grabadora 1, en el pasado no había comercializado su trabajo en las redes, pero eso es algo que ha logrado a partir de este año, así también; el grabador 4 comentó que además de la erogación que ha recibido de sus exhibiciones en físico ha hecho “algunas ventas gracias a *Facebook*” a pesar de no sentirse entusiasmado por su uso; según el grabador 3, estos sitios permiten la “difusión sin límite” de las obras. De igual forma, la grabadora 5 observó

que la transformación se localiza en lo publicitario, pero que “si no existieran las redes otra forma debe de haber para vender”, por lo que los SRSs, aunque son “chidas” “no tienen ninguna influencia” sobre ella.

Parecido a lo anterior, el grabador 4 comentó que “en realidad podría estar muy cómodo sin las redes sociales”, dado que, su trabajo “no requiere ni siquiera electricidad, es algo muy primitivo”, en este sentido el creador añadió “es como si un río estuviera pasando a mi lado con mucha fuerza, si yo meto la mano pues ya pasa, pero si me meto ahí pues me voy, y no me gusta; en realidad no me gusta, porque a lo mejor si es muy necesario, pero puedo sobrevivir sin ello”; a mencionar por este creador, entrar a estos sitios y ver el trabajo de otros puede generar en él cierta envidia. En el caso contrario, el grabador 3 consideró que los SRSs son parte de su vida cotidiana y su trabajo, “ya no me imagino la vida sin las redes y sin el Internet”.

Otro cambio que contempló el grabador 4 es el trato directo con pares a los que no se conoce “anteriormente [hace como diez años] se tenía que hacer encuentros de gráfica, ahí es en donde uno se conocía”; además considera que gracias a estas plataformas ya no existen “secretos militares” sobre las técnicas que pueden ser aplicadas para el grabado. Para el grabador 3, una modificación importante es poder difundir su trabajo sin la necesidad de las instituciones que, a decir de esto, lo libera, ya que no necesita de estas para que lo publiciten en SRSs, o para obtener una sala de exhibición.

La artista que ha notado más transformaciones con el uso de SRSs es la grabadora emergente 1, para ella estos sitios le han permitido realizar más colaboraciones con otras personas, ver otro tipo de cosas, “de hacer y de tomar otras técnicas”; ha cambiado la forma de presentar sus trabajos, ya que, de estos espacios en la *web* se inspira, sobre esto aludió “por ejemplo, ahora que son populares los *reels* de *Instagram* o los *IGTV* [*IG television*] que yo he visto que ha tenido mucho éxito” “pues yo empecé a hacer eso, porque justamente me gustaría compartir esas cosas”. No obstante, señaló que en los SRSs “luego quieren como obligarme a

hacer ciertas cosas” “que no es como una sugerencia o una opinión constructiva, pues no lo permito”, aunque, las críticas en ocasiones la desanimen: “si llega a pasar que te agüitas si algo que te gustó a varias personas no, pero uno aprende de eso, de que no todo le tienen que gustar a las personas, y con que tú lo hagas con sinceridad, y amor a tu trabajo es suficiente”.

Finalmente, aunque, estos creadores aterrigen que hay cambios, los grabadores 1, 3, 4 y 5 contemplan que los SRSs no modifican su labor artística, como mencionó el grabador 3 “no siento que sea mejor o peor grabador”. “Aunque yo no tenga redes creo que nunca voy a dejar de hacer grabado” “entonces sí es lo que yo creo que nunca cambiaría, el interés” (grabadora 1).

Así mismo, los seguidores 1, 2, y 3 contemplaron que sin los sitios de redes sociales encontrarían otras formas para acercarse a los grabadores michoacanos, ya sea en la obtención de capital relacional o cognitivo; no obstante, Como podrá leerse más adelante, la contingencia de salud que ahora atraviesa la sociedad ha fungido como una variable relacionada a dicha proximidad, siendo una herramienta usada ante la incapacidad del contacto físico.

Si bien estos testimonios son una ventana para observar las transformaciones, así también, las conexiones y las prácticas de los grabadores, esto no representa todo el panorama de lo que sucede con la red del grabado michoacano, pero son una beta a la cual acudir para explicar los usos que les dan estos artistas a los sitios de redes sociales.

CAPÍTULO 6. USO DE SRSS EN EL GRABADO MICHOACANO: TRANSFORMACIONES EN LA RED SOCIAL Y EN LAS PRÁCTICAS

A través de la triangulación de datos como método de análisis, se presenta la interpretación global de la información antes enunciada en los resultados de los instrumentos de investigación. Dicho contenido da respuesta a las preguntas específicas esbozadas en el planteamiento del problema y atiende a contestar ¿Cómo el uso de sitios de redes sociales está transformando las prácticas en el grabado michoacano y su red social?

En este sentido se procede a analizar cuáles son los usos que le dan las y los grabadores michoacanos a los sitios de redes sociales, del mismo modo que analiza a la red social de estos creadores y que se encuentra proyectada en los SRSs. Así, con estos hallazgos la tesis da respuesta a la pregunta de investigación y evalúa cuáles han sido las transformaciones en las prácticas y en la red social.

6. 1. Usos de los sitios de redes sociales para las prácticas en el grabado michoacano

Las y los grabadores en Michoacán de una u otra manera hacen uso de los sitios de redes sociales para ejecutar sus prácticas en el grabado. Conforme a ello, se recapitulan los resultados y hallazgos obtenidos en los instrumentos de evaluación, procurando el siguiente orden de las prácticas para su lectura: 1) cuestionamiento del problema, 2) acopio de datos, 3) incubación e intuición, 4) evaluación, 5) elaboración, 6) comunicación y 7) otras prácticas económicas. También, a estas observaciones, se incluye como variable la autonomía hacia los profesionales por parte de los creadores.

En principio, los sitios de redes sociales (SRSs) no son el espacio en donde ocurre la primera idea para crear un grabado, de tal forma que son las galerías, los museos y otros espacios fuera y dentro del mundo del arte los que estimulan dicha práctica creativa; como dijo la grabadora 5 “las experiencias eso es lo que me genera [...es] todo muy envolvente y a partir de una experiencia o de una frase, o que escucho algo en la calle surge”.

Sin embargo, estos sitios en Internet sí se encuentran inmiscuidos en el acopio de datos e información que incluyen el aprendizaje de técnicas de grabado y estampado; el reconocimiento de pares, la observación y el registro de materiales de inspiración; la consulta de convocatorias y becas; y la búsqueda de grupos y redes especializadas. Todas, actividades con miras a un probable uso para la elaboración de piezas: “hay grupos de por amor al grabado y en ellos comparten videos de técnicas” (grabadora 5), “ver esa parte de su metodología de trabajo, que también es muy interesante, es donde creo yo se enriquece más mi propio proceso creativo” (grabador 3), “lo que he visto me ha gustado mucho, y sí me he apropiado de algunas cosas que visto” (grabadora 1),

Son *Instagram* [IG], *Facebook* [FB] y *Pinterest* los SRSs más utilizados con este propósito, así también son las referencias digitales los recursos más solicitados para el acopio en comparación con la información buscada de manera análoga. Sin embargo, los que ocupan estos últimos manifiestan que la inmersión en el espacio, e igual, el trato personal en las exhibiciones físicas de piezas artísticas en museos, galerías, talleres o ferias de arte son una fuente de inspiración para las prácticas creativas, el acopio de datos y, la incubación e intuición de la obra, puesto que existen detalles que solo pueden ser apreciados de manera presencial y que las tecnologías no pueden sopesar. Como menciona los grabadores “necesito yo tener una experiencia para poder crear” (grabadora 5), “las fotografías no hacen justicia a la obra original” (encuestada 15) y “no se pueden apreciar los detalles que de manera presencial si pueden captarse” (encuestada 19). Así, el medio *offline* es el único mencionado como lugar donde ocurre el cuestionamiento del problema, es decir, la primera idea para iniciar una pieza.

Referente a lo anterior, para resolver las disyuntivas que aparecen en la creación de una obra, son *YouTube*, *Facebook* e *Instagram* los SRSs más utilizados. A decir de esto, más que la plataforma en sí misma, es el formato video lo que atrae a los grabadores, porque es como se comentó antes es a través de este que se pueden observar los procesos de otros pares y adquirir conocimiento según sea el motivo

que los lleve ahí. Según mencionan las y los grabadores “cualquier cosa que tú quieras consultar de una técnica ahí hay un tutorial” (grabador 4), “de cómo hacer una prensita de grabado, de cómo hacer tinta” (grabador 5), etcétera. En cuanto a las imágenes, estas son buscadas para la inspiración de texturas y achurados que son características de la estética del grabado en relieve y el huecograbado.

Referente a aquellos que no utilizan los recursos digitales con este fin, se sabe que es la visita a los talleres de amigos y conocidos el medio por el cual estos artistas pueden obtener tanto la inspiración como la respuesta a los desafíos técnicos que les devienen; conocimientos, que, a decir, también son adquiridos por los grabadores en su formación académica.

En otro orden de ideas, los SRSs también son el medio por el cual los grabadores se acercan a otros para pedir opiniones con respecto a sus obras que están en proceso o que se encuentran ya terminadas. Esta evaluación, como se observó, en su mayoría se solicita entre amigos y los seguidores de sus páginas; y en menor medida se acercan a otros artistas para la resolución de conflictos, “porque luego hay una parte como de orgullo de pues yo sé que aquel es bueno pero no le pregunto” (grabador 3); pero cuando lo hacen a través de sus colegas se acercan a ellos vía *inbox* o *WhatsApp* para que estos de manera personal puedan asesorarlos, lo que se da frecuentemente entre maestros y alumnos, como alude un grabador: ayudo a “algunas personas que han sido mis estudiantes o con algunos compañeros que luego necesitan saber algo muy específico” (grabador 3).

También, suelen publicar sus trabajos en grupos de *Facebook* de grabado para que sus pares puedan expresar comentarios al respecto, lo que no siempre tiene el efecto deseado, puesto que es a través de estos espacios que pueden ser víctimas de una crítica no deseada. De acuerdo con una de las grabadoras “llego a ver que luego publican como sus grabados y está padre que se haga como ese tipo de seminarios dentro de los comentarios, de opiniones, pero sí suele haber muchos que son muy puristas y clásicos con el grabado” (grabadora 1).

Acerca de lo anterior, los SRSs son vistos por los grabadores como una tribuna pública en donde sus trabajos son observados y analizados no solo por pares, sino también por personas fuera del gremio artístico, lo que deriva en críticas subjetivas e incluso viscerales; “es periodismo de cierta manera, no periodismo con periodistas profesionales, sino cada persona podría publicar su opinión. Uno se cuida mucho esto porque saben que las relaciones van a influir en lo que publicaste [...] se afinan las armas en pocas palabras” (grabadora 2).

En cuanto a elaboración, al ser el grabado el resultado de una técnica tradicionalmente análoga, lo que se puede comentar al respecto es sobre la compra de materiales y suministros. Referente a este particular, la mayoría de los grabadores michoacanos busca insumos en Internet, pero lo hacen a través de sitios oficiales de marcas reconocidas en *Facebook* e *Instagram*, en *Amazon* y *Mercado Libre*, o directamente de los sitios *web* de estos proveedores. La adquisición dependerá de la confianza que sientan estos creadores con respecto a las páginas de referencia, para lo cual, revisan los métodos de pago (como *PayPal*), los comentarios y las críticas de otros compradores. A mencionar de estos canales de venta, ellos son parte de los nodos que integran las redes sociales de los grabadores en *Instagram* y, entre sus actividades también está dar *like* y comentar los trabajos de estos artistas.

Los SRSs son una parte esencial para la comunicación y difusión de los grabados michoacanos. Por consiguiente, ninguno de los encuestados mencionó utilizar medios de comunicación tradicional para visibilizar sus trabajos, por lo que, en su mayoría muestran sus obras a través de *Facebook* e *Instagram*, en las que se incluyen *Pinterest* y *Twitter*; también galerías virtuales; e incluso otras plataformas como la aplicación de mensajería instantánea *WhatsApp*, la página para el desarrollo *web* *Wix* y, el servicio de alojamiento de archivos *Google drive*; según lo dicho por la grabadora 2 “si una persona quiere saber algo del proyecto puedo mandar el *link* de la carpeta [de *drive*] para su consulta y edición”. Cabe mencionar

que, de acuerdo a los datos analizados, el uso de *webs* personales no es un recurso frecuente entre estos creadores.

De igual forma, casi la mitad de los grabadores consideran que los SRSs son un buen lugar para realizar exposiciones virtuales; sin embargo, es necesario tomar en cuenta que las exhibiciones físicas son el lugar donde se construyen conexiones con auxiliares de producción como críticos de arte o periodistas y, en lo que respecta a las páginas de *Facebook* e *Instagram* la interacción con estos nodos es escueta. En este sentido, los SRSs más usados para invitar a otros a sus exposiciones virtuales y presenciales son *Facebook* e *Instagram*.

De tal manera que la comunicación de las obras es a través de exposiciones virtuales y publicaciones en los SRSs a modo de un escaparate de exhibición. La visibilización de las piezas es en formato imagen y video, así mismo, son añadidos, algunas veces, los procesos de elaboración. El contenido que acompaña a los trabajos son los precios, datos de la obra como dimensiones, técnica, materiales, número de serie y año de creación, aunque, en ocasiones también es incluida una reseña. Al respecto el encuestado 44 aludió que le gusta incluir “toda la información posible, [por qué] me encanta que el grabado michoacano tenga un impacto mayor en todas partes”.

Los que no suman la ficha técnica a las publicaciones lo hacen porque lo consideran “enfadoso sobre todo para los que producimos mucho” (encuestado 46) “todo depende de lo que se publique” (encuestado 16) y de “que tan formal o informal se haga el *post*” (encuestado 22), ya que, “su fin último es interactuar con el público” (encuestado 28); aunque admiten que, en ocasiones sin querer, no toman esta precaución.

Las razones por las que acompañan las estampas con estos datos es porque permiten educar al espectador con respecto al grabado “porque hay personas que desconocen la técnica y procedimientos” (encuestado 24) o materiales, además es una forma de dar a conocer al creador; así como ofrece una presentación

profesional del trabajo, anuncia que su obra está en venta y crea un portafolio que registra información para la posteridad.

Referente a esto último, la visibilización de las obras a través de los SRSs ha funcionado como una especie de portafolio virtual, al que, los museos y galerías, como otros productores y auxiliares de producción recurren para conocer el trabajo de los grabadores michoacanos, generar juicios y, con base a esto, invitarlos a participar en proyectos. Sobre esto una de las grabadoras narra que fue seleccionada para un proyecto porque, a pesar de haber sido recomendada por el taller del Clavijero, “ellos eligieron, vieron [mis] redes sociales” (grabadora 1).

A pesar de ello, a las publicaciones no se incorpora la biografía y trayectoria artística, así, se observa que la socialización está más relacionada a la producción, que al artista como marca. Lo que es congruente, tomando en cuenta que el reconocimiento y fama que obtienen los grabadores a través de los SRSs está vinculado con la evaluación de sus trabajos, y que cifran en el valor de sus productos y no en su persona.

Existe una necesidad por parte de los artistas emergentes aumentar sus niveles de producción, es decir, de incrementar la cantidad de mensajes traducidos en la difusión de sus trabajos; si bien, los creadores con reconocimiento tienen cubierto dicho requisito gracias a la ayuda de sus seguidores y la prensa que publica su obra a través de los SRSs, los grabadores que apenas comienzan en su carrera se permiten aceptar proyectos con divulgadores de una trayectoria similar. Lo mismo sucede en términos de la participación en convocatorias, concursos y bienales, puesto que estos son los más interesados en asociarse con este tipo de prácticas.

Estas relaciones tienen una proyección a nivel estatal, nacional e internacional, siendo un acto comunicativo que va en doble sentido, puesto que, sirve para que el grabado michoacano sea visto en México y el mundo, y también para que estos grabadores puedan tener acceso al trabajo de los creadores en otras partes del globo. Así, el algoritmo de los SRSs facilita localizar geográficamente a los artífices

y encontrarlos por zonas y, va de la mano con el contenido que es filtrado por temas, como los *hashtags*, lo que permite visibilizar las estampas de artistas emergentes y con reconocimiento.

Cabe aludir que dicha difusión acontece no solo mediante las acciones gestadas por los grabadores, sino también por los actos de terceros que comparten y redistribuyen las publicaciones de estos en sus sitios. Dichos actores en *Facebook* son los amigos y conocidos de los artistas, mientras que en *Instagram* se tratan en su mayoría de otros artistas visuales, aunque también se contemplan otras disciplinas como la danza, la música o el teatro, y que denota que los SRSs del grabado michoacano no son una red pura de gráfica, sino que está conectada con otros nodos del arte. En consecuencia, el capital cognitivo de estos actores pasa a ser parte de la fibra que teje las prácticas creativas y son resultado de un grabado multidisciplinario.

Empero la comunicación de las obras a través de los SRSs contempla desventajas para los grabadores, puesto que, a través de estos espacios es difícil destacar las obras sobre la saturación de imágenes e información que están contenidas en la red, así las nuevas imágenes que se publican desplazan a las anteriores. Igual, existe un inconveniente con el tiempo que consume estar en redes por la necesidad de publicar y actualizar constantemente. Otra desventaja que se observa en los SRSs son los plagios, la reproducción no autorizada y los derechos de autoría.

La comunicación de sus obras a través de los SRSs es el valor más mencionado por las y los grabadores michoacanos; sus principales ventajas en este sentido son: la socialización, exposición, promoción, difusión y venta.

Esta última tomando en cuenta que, como menciona Cauquelin (2002), el circuito del arte es un mercado ligado a la comunicación. Así, los esfuerzos depositados en los SRSs están dirigidos a la circulación de las piezas, su reconocimiento (Blanco, 1995) y la creación de conexiones que pueden ser traducidas en posibles

gratificaciones económicas, gracias a las interacciones en el marco del uso de estos sitios en Internet.

Referente a esto último, *Facebook* e *Instagram* son los SRSs mejor posicionados para la venta de las obras; sin embargo, no son mencionados *Amazon* o *Mercado Libre* como plataformas para la difusión o comercialización de los trabajos. En todo caso, los SRSs son una forma para que los grabadores michoacanos puedan comercializar sus trabajos en otros estados de la República Mexicana o del mundo. Dicha posibilidad la atribuyen a la globalización, a los algoritmos y a los *hashtags*. Así como al apoyo de colegas, talleres de grabado, familiares y amigos que comparten sus creaciones.

A pesar de ello, algunos grabadores comentaron que los SRSs no son una garantía para llegar al mercado meta, dado que hay una comunicación superficial, así como un alcance y una difusión acotada por los algoritmos. Sumado a estos contratiempos, los grabadores michoacanos observan que en los SRSs existen clientes que manifiestan un falso interés por la compra y que hay en ellos una falta de seriedad y concreción.

En sus prácticas económicas recurren a otros métodos para erogar su trabajo, esto al tener en cuenta que la mayoría de los grabadores michoacanos encuestados tienen un ingreso aparte del grabado. Ante ello, acontece la diversificación de sus productos en ropa, *stickers*, tarjetas, así como en artículos que no podrían ser considerados como arte en un sentido estricto. También, los creadores recurren a la búsqueda de becas, financiación y patrocinios por medio de los SRSs, el modo más frecuente de encontrarlas es a través de otras amistades que se dedican a lo mismo, pero también consultando los sitios oficiales de los organizadores, o en páginas de los museos y galerías.

Aunado a ello, las oportunidades de trabajo también se concretan a través de proyectos entre grabadores, artistas afines, museos, galerías y otros divulgadores del arte que incluyen exposiciones e intercambios con otros países; para tal caso,

los SRSs son un canal de contacto como antes eran los números telefónicos. Cuando estas invitaciones provienen de instituciones reconocidas, de amigos o conocidos no hay problema, pero cuando provienen de terceros que no resultan familiares para los creadores, existen reservas para aceptar tales propuestas.

Contrario a que algunos grabadores reportan tener mayor autonomía para gestar sus prácticas gracias al uso de los SRSs, la mayoría de ellos considera que las redes no remplazan a los actores profesionales “no han venido a sustituir nada. Sólo son un medio más para la reproducción de lo que hacemos en la vida diaria” (encuestado 46). Relacionado con esto, la mayor parte de los creadores aún creen necesario la inclusión de diseñadores gráficos y *community managers* para manejar su imagen a través de estos medios, para administrar sus páginas y delegar otras prácticas como la difusión, las ventas e incluso asuntos relacionados a los derechos de autor “Si ya llegas a un nivel así que te contrate una galería o algo así, pues sí tendría la galería que encargarse de esos asuntos legales” (grabador 3); sobre estos particulares el grabador 3 opina que, de ser posible económicamente, contrataría a un tercero para confiar el manejo de sus SRSs.

De igual forma, los grabadores michoacanos sopesan importante e irremplazable el juicio de los críticos de arte, a pesar de que la mitad de ellos considere que los comentarios y reacciones que reciben de sus trabajos en los SRSs son una forma de valorar su trabajo. Esto se debe a que para ellos estos profesionales son personas instruidas y preparadas en el tema, lo que, resulta en opiniones objetivas o profundas.

De acuerdo a los grabadores michoacanos en los SRSs hay una “polifonía de opiniones” (encuestado 40) y, en ocasiones las publicaciones son atendidas por aficionados o “personas no inmersas en el arte” (encuestado 33) y, por tanto, que ignoran las técnicas, los conceptos o en general la elaboración de las piezas, lo que, deriva en “críticas pasionales [...] efímeras” (encuestado 27) y subjetivas.

En contraste, también, también se observaron algunos grabadores que piensan que los SRSs han sustituido a los críticos de arte, los cuales analizan que “ya no dependemos de los estudiosos, ya que, cualquier persona del mundo puede hacer una crítica del trabajo artístico” (encuestado 29), “pues todos tenemos un punto de vista crítico” (encuestado 23).

Relacionado con esto, las y los grabadores michoacanos muestran intención por ser más autosuficientes e independientes de otras instituciones generalmente relacionados con la Secretaría de Cultura del Estado de Michoacán (SECUM). No obstante, sus prácticas creativas de comunicación siguen conectadas con el capital social relacional que ofrecen estas organizaciones, por lo que continúan gestando proyectos con la SECUM.

6. 2. La red social del grabado michoacano vista al interior de los sitios de redes sociales

Para recapitular, las redes sociales se integran por dos componentes: los nodos o actores, y las conexiones (Recuero, 2008). Los nodos que observamos en la red del arte son: los productores, los auxiliares de producción, y los artistas; así también en la red se integran los niveles de producción o los niveles de mensajes emitidos, y el encargo que es la obra (Cauquelin, 2002). Por otro lado, las conexiones se tratan de interacciones, relaciones y lazos sociales [vínculos] (Recuero, 2008); las conexiones, a su vez, disponen para los actores capital social [CS] que puede ser: relacional, normativo, cognitivo, confiabilidad del entorno social e institucional (Bertolini y Bravo, 2001).

¿Quiénes son los nodos de la red del grabado michoacano y cuáles son sus conexiones al interior de los SRSs?

En general, los nodos que interactúan, es decir que dan *like*, comentan o comparten las publicaciones de las y los grabadores michoacanos en sus páginas en *Facebook* e *Instagram* lo hacen en una sola ocasión, por lo que, se considera que la mayoría de los lazos sociales entablados por estos medios son vínculos débiles.

Facebook es el SRS por el cual los nodos hacen comentarios sobre los grabadores, en cambio *Instagram* es la plataforma en donde la discusión gira en torno a la evaluación de las estampas. En menor medida, en IG se entablan conversaciones con aspectos que no tienen que ver con las prácticas creativas y en FB los actores preguntan por la venta de las obras.

De acuerdo con los datos obtenidos, los actores que generan conexiones en la red social de los grabadores michoacanos al interior de los SRSs son:

1) Los productores del mensaje del grabado.

Dentro de este grupo los más mencionados son el Centro Cultural Clavijero y la Casa de la Cultura, ambos en la ciudad de Morelia; así como, el Centro Cultural Antiguo Colegio Jesuita en el pueblo de Pátzcuaro. A decir de estos contenedores de arte, las conexiones que mantienen con los grabadores michoacanos es a través de convocatorias, invitaciones a proyectos de exposición individual y colectiva, e igual, en programas de creación de estampas grupales.

Cabe mencionar que estas iniciativas con frecuencia son destinadas a artistas reconocidos, más que a creadores con una trayectoria emergente, por lo que se consideran lugares de difícil acceso para las y los grabadores, lo que ha generado entre ellos conexiones afectivas débiles, siendo probable que estos busquen opciones alternas para la exhibición de sus trabajos, tal como, vínculos más independientes con respecto a estas instituciones.

Los anteriores son contenedores de arte, de acuerdo a los grabadores, relacionados con la Secretaría de Cultura de Michoacán. Los creadores, en este sentido, consideran que este productor está mayormente asociado con las esferas políticas del Estado, lo que provoca también lazos afectivos débiles entre los creadores y la Secretaría.

No obstante, los vínculos adversos con estos productores dependen de sus funcionarios y aquellos que se encuentran liderando tales espacios, y que, condiciona una mejor o peor conexión entre actores. Cuando dichas instituciones

canalizan sus recursos hacia la estructura o un individuo del grabado no existe desacuerdo por parte de estos creadores en crear lazos sociales fuertes a través de proyectos en conjunto.

Por otro lado, la Facultad Popular de Bellas Artes (FPBA) es uno de los puntos de entrada para ingresar a la red del grabado en Michoacán. Igual, es uno de los productores con mayor flujo de comunicación, con más conexiones y encargos.

En relación a las conexiones que mantienen con los grabadores, sus relaciones son constructivas y los lazos pueden considerarse fuertes, puesto que, los vínculos entre maestros y alumnos son estrechos en materia de adquisición del conocimiento, colaboraciones, solución de conflictos y camaradería. Así también, son el espacio en donde los grabadores generan conexiones con otros grabadores para crear talleres, proyectos en común y lazos de amistad.

Otros nodos productores son las galerías de arte *offline* y *online*, las cuales sostienen lazos afectivos fuertes con los grabadores michoacanos; empero, estos vínculos se debilitan cuando dichos contenedores de arte son desconocidos. Las relaciones son de amistad, en su mayoría, es frecuente que estos lugares sean liderados por amigos y conocidos de los grabadores. Así también, se trata de relaciones comerciales, siendo que, a través de ellos los creadores distribuyen sus obras y establecen costos.

De igual forma, a esta categoría se integran los talleres de gráfica que no son parte de la Sociedad Michoacana de Grabadores y que pertenecen a otras partes de la república mexicana, sin embargo, la mayoría de los nodos productores son parte del Estado de Michoacán.

Sobre las conexiones que entablan los productores con las y los grabadores michoacanos a través de los SRSs, son estos los actores que menos aparecen en las redes sociales *online*, ya que están por debajo del 4 por ciento en *Instagram* y del 1 por ciento en *Facebook*.

Así también, son los nodos que menos se relacionan con las y los grabadores a través de estos medios puesto que se observan pocos *likes* o corazones a las publicaciones que dichos creadores suben a sus sitios. Sin embargo, son el segundo tipo de nodo que más comentarios realiza en *Instagram*. Lo que es diferente en *Facebook*, en este sentido no se observó participación por parte de los productores. De igual forma estos actores son los usuarios que menos comparten las publicaciones de los grabadores a través de sus cuentas en FB.

2) Los auxiliares de producción.

En esta categoría están considerados la prensa, los críticos, expertos, historiadores de arte y los proveedores de materiales; así como los publicistas, los comisarios, comerciantes y corredores de ventas. Sin embargo, sobre los últimos cuatro no existe mención por parte de los grabadores en la encuesta, el análisis de redes sociales o la entrevista.

De igual forma, aunque las ferias de arte son aludidas con frecuencia en las entrevistas, en apariencia, no están presentes en el análisis de SRSs de estos creadores, por lo que, se puede deducir que tienen mayor contacto con los creadores a través de sus redes sociales *offline*.

Los lazos sociales que crean las y los grabadores con los auxiliares de producción son vínculos débiles, puesto que, a pesar de que su trabajo sea valorado por estos creadores, es poco frecuente que se relacionen con los mismos a menos que los artistas realicen una exposición.

Lo que es congruente al analizar los SRSs de los grabadores, ya que, son uno de los actores en la red del grabado (de La SMG) menos frecuentes. De igual manera, junto a los productores, son los nodos que menos se relacionan, es decir que dan *like*, comentan o comparten las publicaciones de los creadores a través de estos sitios en Internet.

A este respecto, la prensa es la que tiene mayor presencia en la red del grabado michoacano en comparación a otros nodos auxiliares; como podrá observarse más

adelante estos proporcionan capital social relacional para que las y los grabadores puedan comunicar y socializar su trabajo con otras personas.

3) Los artistas

Incluso si este grupo se refiere más al grabador en lo individual, de acuerdo con Cauquelin (2002), es posible analizar las conexiones que realizan con sus pares en el Estado.

En relación con eso, la Sociedad Michoacana de Grabadores [SMG] son los nodos que dan *like*, comentan o comparten en más de una ocasión las publicaciones de sus colegas en *Instagram* y *Facebook*, por lo que puede considerarse que los lazos sociales fuertes del grabado en Michoacán se dan con los miembros de La SMG.

Sobre lo anterior, es más frecuente que estos actores participen en IG que en FB. En consecuencia, son los usuarios que más comentarios realizaron a las publicaciones en *Instagram*, mientras que, en *Facebook* se ubican como el tercer tipo de nodos que más entabla conversaciones de esta manera.

Así también, son los segundos actores que más comparten los *post* de *Facebook* de las y los grabadores michoacanos; por debajo de los amigos y familiares. Y los terceros nodos que más pueden encontrarse en estos SRSs de la Sociedad de grabadores.

4) Los seguidores

Los artistas, amigos y familiares apuntan a la reproducción y difusión de los mensajes emitidos por las y los grabadores michoacanos, y aseguran de esta manera la articulación entre la obra y el público, así también tienen cabida en otras prácticas en el grabado como la compra de piezas, la venta de materiales, y la evaluación del artista y su trabajo. Por lo que deben ser considerados más que auxiliares de producción.

Las relaciones entre el grabado michoacano y estos actores, en general, son propositivas y los lazos sociales deben considerarse fuertes, mostrando conexiones

afectivas de amistad y fraternidad. Estos actores son los que más interactúan en IG y FB, así como los que realizan más comentarios y de los que más comparten la información.

De acuerdo con los datos, los amigos y familiares son los segundos nodos más frecuentes en *Instagram* y representan más de la mitad de los usuarios que son visibles en *Facebook*, lo que los hace los actores que más interactúan con la SMG a través de esta plataforma.

Por otro lado, son los grabadores no michoacanos y los artistas de otras disciplinas quienes representan más de la mitad de los nodos que aparecen en *Instagram*, así mismo, son casi un tercio de los actores que podemos encontrar en *Facebook*. Hay que tomar en cuenta que es más usual que las y los grabadores michoacanos entablen relaciones sociales con artistas de disciplinas distintas al grabado en cualquiera de estas plataformas.

Son los artistas, incluidos los grabadores de otras partes de México los que más interactúan y dejan corazones en las publicaciones de las y los grabadores en *Instagram*. Por el contrario, en *Facebook* los que más realizan estas acciones son los familiares y amigos, así como también, son los actores que más comparten las publicaciones a través de esta página.

Los artífices, de acuerdo a este último particular, son el tercer lugar después de los amigos y familiares, y de La SMG que comparten las imágenes o videos en *Facebook*, no obstante, se observan como lo que más comentarios hacen en los *post* de esta plataforma.

Por último, los amigos y familiares son los segundos nodos que más colaboraron con comentarios en FB, y el cuarto lugar de los que comenzaron una conversación en IG. Por el contrario, los artistas representan el tercer lugar de los actores que ejecutaron dichas acciones.

En resumen, dependiendo de la plataforma es que se puede observar mayor o menor conexión de los artistas, familiares y amigos con los SRSs de la red del

grabado michoacano. Empero, como se ha mencionado arriba, ellos son los nodos más frecuentes en las conexiones.

Cabe señalar que, en *Instagram* los artífices son los nodos que más interactúan, y en su mayoría se tratan de artistas visuales; tomando en cuenta que esta plataforma, de acuerdo a los comentarios analizados en la red de la SMG, sirve más para evaluar la obra, es probable que las conexiones entabladas en IG sean menos por un motivo de amistad, y más por otros intereses que lleven a la búsqueda de arte a través de estos sitios en Internet. Lo que es congruente ya que también es la página más utilizada por los encuestados para el acopio de datos. En cambio, *Facebook* funciona más para la valoración del artista, en el que hay una mayor interacción de creadores en otras disciplinas como la música, el teatro o la danza.

Con respecto a las entrevistas que se hicieron a 3 seguidores de estas redes, se entiende que los nodos que son artistas en ocasiones también son amigos o conocidos. En este sentido, son conectores que, a causa de la amistad, pero también de la admiración, logran ampliar el mensaje de las y los grabadores a través de las publicaciones compartidas, los likes y los corazones; lo que en consecuencia puede generar confianza entre los miembros del gremio, ya que, es también de la recomendación de boca en boca la forma por la cual terceros se van conectando a esta red. Como mencionó la seguidora 3: “amigos te pueden recomendar a otras personas, o incluso, crear proyectos o trabajos juntos”.

Y si bien, existe un cariño entre ellos, la interacción con los *post* se encuentra demarcada por la valoración que se tiene sobre la obra, como se mencionó al respecto: “sí su trabajo no es bueno, o sí no me gusta es muy probable que le de *like* nada más pero no les diga nada, ni lo comparta” (seguidor 1); “no es como que me gustan las cosas solo por visitar, o que comparta las cosas solo por compartir” (seguidora 3).

De igual forma, la interacción está condicionada por el aprecio que se tiene por el artista al que se sigue, así, la conexión entre artistas y grabadores se dará siempre

y cuando existan valores en común entre ellos, según se menciona “principalmente [apoyó] a la comunidad, porque realmente me gustan los temas sociales que he visto que la mayoría intentan abordar en los grabados, y me gusta” (seguidora 3).

Igualmente, los seguidores que son artistas visuales siguen las publicaciones de los grabadores porque admiran su trabajo y en ellos encuentran inspiración para su propio *quehacer* artístico, “Hay un diálogo indirecto cuando estás analizando la obra de otro artista, cuando te está inspirando, cuando te hace trabajar un poco más” (seguidor 2), “también quiero ser artista, [...] y en estos últimos dos años justamente me empecé a relacionar con gente de Bellas Artes y pues ellos me influenciaron [...] de hecho, pues me inspiran a hacer lo que quiero, y a conseguirlo” (seguidora 3).

¿Cuál es el capital social del que dispone el grabado michoacano a través de sus nodos en los SRSs?

a) Capital social relacional

Los sitios de redes sociales son las páginas en Internet donde se duplican las conexiones que los grabadores michoacanos, establecen con otros actores en la red social *offline*; a los que se conocen a través de las residencias artísticas, las exposiciones en museos y galerías, las ferias de arte, la FPBA y eventos presenciales. En general estos nodos productores son una esfera de contactos para los creadores.

No obstante, los SRSs también son una forma para acceder a actores en la red que no se conocen en físico y con los que se tejen lazos sociales de amistad, y CS para efecto de las prácticas económicas y creativas.

El capital social relacional con frecuencia es aprovechado por los grabadores michoacanos para la gestión de proyectos en común con distintos actores en la red. Los profesores grabadores de la FPBA, por ejemplo, utilizan las conexiones con su institución de referencia para la producción de fondos metodológicos y, con sus estudiantes para la creación de libros de artista.

Las y los artistas del grabado, que son compañeros en la Facultad, construyen lazos sociales entre ellos para organizarse e iniciar talleres de gráfica donde cooperan e intercambian recursos como tórculos, *racks*, inmobiliario, insumos y capital económico para la renta de un espacio. Así como para abrir cuentas en los principales SRSs con el objetivo de difundir, vender y exponer sus trabajos desde el colectivo, aunque cada uno de ellos tenga una cuenta propia en estos medios para hacerlo.

De forma similar, el CS relacional entre grabadores michoacanos son una forma en que estos creadores acceden a otros lugares para la exhibición y erogación de sus estampas a través de las galerías de arte y talleres de pares reconocidos; por lo que son la mejor opción, de acuerdo a algunos grabadores, para la comunicación de sus trabajos. En caso de que estos contenedores de arte no tengan lazos previos con los grabadores, las conexiones se crean a partir del contacto por mensajería instantánea.

En cambio, para conseguir espacios para la exposición en instituciones de gobierno y en sus SRSs es necesario contar con un reconocimiento en el grabado o generar lazos sociales de amistad con los delegados; de acuerdo a una grabadora “hay muchos amigos, colegas y colaboradores que trabajan ahí [en la SECUM], saben quién soy, saben que hago y pues a veces surgen invitaciones” (grabadora 2). Lo anterior, es un CS relacional con el que no todos los creadores cuentan. Como menciona uno de los grabadores son “cotos de poder muy específicos, entonces gente que apoyó al candidato durante la campaña es la gente que está ahí, es el círculo de amigos que les van a estar dando proyectos o que los van a estar invitando a actividades” (grabador 3).

Las exposiciones son el motivo por el cual nodos auxiliares como la prensa y los críticos de arte se acercan a las y los grabadores michoacanos. El contacto se da de manera presencial y, a través de los SRSs cuando estos actores buscan el perfil de los grabadores e inician el contacto por medio de un mensaje en *inbox* o un correo electrónico. El acceso a este tipo de capital relacional es más sencillo para

aquellos creadores que mantienen lazos fuertes con los auxiliares, por lo que basta con solicitar su apoyo.

b) Capital social normativo

Se considera que es a través de los maestros de la FPBA que las y los grabadores michoacanos adquieren parte de las normas y valores que construyen al CS normativo. En este sentido, los profesores promueven el trabajo en equipo y el crecimiento colectivo entre creadores; así también, son el nodo por el cual se define lo que debe ser considerado gráfica y las técnicas para la ejecución de los grabados.

Sobre esto último, los SRSs también intervienen en la evaluación de las piezas, de tal forma que, son los usuarios pares a través de grupos de *Facebook* que manifiestan su descontento cuando se usan incorrectamente los nominalismos para designar los procesos o el producto en general.

Por otro lado, los valores que se gestan entre las y los grabadores en Michoacán y que podemos apreciar a través del uso de los SRSs son la solidaridad en la adquisición de materiales que conocidos producen y publicitan; la compra de grabados y otros productos estampados; el ofrecimiento de espacios para la impresión de los trabajos y; el compartir las publicaciones de los creadores en sus cuentas privadas. Asimismo, la generosidad al informar a pares sobre en qué lugares pueden vender sus trabajos, las convocatorias, becas y patrocinios en las que estos pueden participar y etiquetarlos en *post* con información que puede ser de su interés sobre insumos, temas de investigación y tutoriales.

También los valores personales son un aliciente para que las y los grabadores acepten trabajar en determinados proyectos en los SRSs, así, cabe una responsabilidad social con las comunidades indígenas o, con luchas de género. Lo que igual significa que, dependiendo de su ideología, consciente o no, el trabajar con un contenedor de arte u otros nodos en la red. Este factor se ve determinado por el valor que asignan a su trayectoria, como se ha explicado antes.

Cabe mencionar que los SRSs pueden generar en las y los grabadores michoacanos envidia hacia el trabajo de otros, así como las críticas pueden llegar a desanimarlos; por el contrario, algunos de estos artistas consideran que ver las obras de sus iguales por estos medios, los motivan a mejorar su desempeño.

Pese a todo, los lazos de amistad que crean las y los grabadores también sucumben en la formación de colectivos alienados que impiden la constitución de un gremio sólido, puesto que, suelen restringir el capital social a aquellos grabadores con los que el grupo no forma conexiones. Y, por tanto, se cierran a laborar con colegas que tienen vínculos con aquellos nodos con los que existen conflictos.

c) Capital social cognitivo

Las relaciones más fuertes, como se ha mencionado, se dan entre amigos que fueron compañeros en la línea de gráfica en la FPBA, mientras que, el lazo se debilita cuando se trata de conexiones con grabadores u otros artistas con los que no se generaron vínculos en la carrera.

Sin embargo, estos lazos débiles en SRSs son lo que le permiten al grabador tener acceso al entendimiento con nuevos nodos y otras prácticas artísticas como la pintura, las nuevas tecnologías o las artes plásticas en general, información que pueden aplicar en la elaboración de piezas que no están restringidas por el grabado clásico.

De igual manera, las conexiones a través de los SRSs aportan CS cognitivo a los grabadores que siguen a sus pares, ya que, el conocer su trabajo es un método para evitar los plagios involuntarios, para recabar imágenes con las cuales inspirarse, ideas para el uso de materiales, aplicación de técnicas, así como también, formas de cómo presentar sus trabajos a través de estas plataformas, e información con respecto a convocatorias, becas, financiación y patrocinios.

El CS cognitivo de acuerdo a lo mencionado, les permite expresarse de diferentes maneras y reinterpretar su trabajo al poder tocar temas distintos a los que suelen acostumbrarse. Por otro lado, las y los grabadores docentes recurren a estas

publicaciones en SRSs para dar clases y compartir con sus alumnos ejemplos de lo que se está produciendo en el mundo de la gráfica. Cabe señalar que el origen de este CS proviene de artistas y grabadores de Michoacán, del país o de otras partes del mundo.

Sin embargo, los artistas no son la única fuente del CS cognitivo de los grabadores. En ese marco, los SRSs de museos son la vía por la cual estos pueden encontrar convocatorias a bienales y concursos, e igual, fechas de eventos y exposiciones.

Otra forma recurrente de adquirir CS cognitivo en SRSs es a través de tutoriales, pues en ellos, están contenidos los conocimientos del grabado que, de otra manera, podrían adquirirse a través de libros o de una carrera; no obstante, los grabadores que producen estos videos están dispuesto a compartir incluso sus *secretos*.

Los tutoriales son el medio, por el cual, las y los grabadores michoacanos pueden acercarse a sus pares y aprender de ellos como solían hacer los aprendices con los maestros grabadores en las redes sociales *offline*, empero, para ello no es necesario crear conexiones, dado que solo hace falta dar *like* a un video o seguir a un creador de contenidos en específico, de tal manera que, el mentor puede, o no, estar consciente de la existencia de su discípulo.

El CS cognitivo que se obtiene recurriendo a estos tutoriales también es referente a la comunicación y comercialización de piezas artísticas. Sobre este particular, los grabadores aprenden a través de *YouTube* y otras plataformas como *Domestika* a crear carpetas de artista, presentar sus trabajos en SRSs, así como, estrategias de *marketing* y venta. Al respecto, la página de *Domestika* es recibida por los grabadores gracias a cursos *online* estructurados, y una buena calidad de audio e imagen en sus videos.

Las y los grabadores michoacanos son conscientes de que el arte es un mercado de nicho y que los SRSs son herramientas apropiadas para su distribución, por lo que, desean adquirir conocimiento para profundizar en los mecanismos de dichas

plataformas y saber manejarlas apropiadamente ante la comunicación y comercio de un producto que tiene características particulares.

d) Confiabilidad del entorno social

Respecto a la comercialización de sus piezas a través de SRSs, los grabadores que se sienten seguros de vender sus trabajos por SRSs, tienen esa confianza, puesto que, consideran que los compradores de arte tienen una ética que no es vista en los clientes de productos diferentes y, por lo que, no son el tipo de personas que realizan estafas.

Métodos de pago como *Paypal* y el efectivo permiten sentir seguridad a las y los grabadores michoacanos que generan intercambios comerciales en los SRSs. En este sentido, estos sitios facilitan el trato directo con los clientes y, autonomía al momento de difundir y vender los grabados, por lo que, no es frecuente que los creadores utilicen los sistemas establecidos por estas páginas para la erogación.

En relación con eso, los grabadores que desconfían de estos medios ante la posibilidad del plagio de sus obras evitan vender las placas grabadas, firmar con lápiz, fotografiar los procesos de elaboración, y registrar las piezas ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

En contraparte, los creadores que no se encuentran preocupados lo consideran un hecho inevitable porque no es posible esconder en el mundo del arte su trabajo, si el objetivo final es el reconocimiento y la venta de sus productos; así, el remedio está dado por sí solo, ya que la pieza, su estética y estilo hablan del creador, y aquel que lo copie no podrá ocultar este hecho. Más allá de un plagio, lo perciben como la forma en que, al igual que ellos, otros tienen para gestar sus prácticas de acopio de datos, incubación e intuición.

Por otro lado, el CS de confiabilidad que tienen las y los grabadores sobre el comportamiento de sus proveedores en los SRSs está condicionado por el origen de los insumos, así, es más probable la compra de insumos de marcas reconocidas en páginas oficiales o, que provengan de personas a las que los creadores conocen

en las redes sociales *offline*. De igual forma, implementan algunas estrategias para asegurar sus pedidos revisando los comentarios y críticas de otros clientes en los SRSs de los distribuidores, u optando por sistemas de pago como *PayPal*.

En otro orden de ideas, la confiabilidad que confieren las y los grabadores a los proyectos que reciben en SRSs depende de las relaciones sociales con conocidos y, por tanto, hay recepción de instituciones célebres y reconocibles; y desconfianza de estos creadores hacia las propuestas que vienen de nodos de *dudosa procedencia* y que piden pagos para asegurar la exposición de sus trabajos, o que no tienen movimiento o publicaciones en sus SRSs.

Los creadores también manifiestan que las invitaciones que reciben a través de redes sociales son informales, y que, para poder confiar en los emisores, estos por lo menos deben contar con un dominio en la *web*, es decir, tener una página en Internet además de una cuenta en SRSs.

Lo último por mencionar acerca de este capital social es que, el uso de SRSs sociales está supeditado por la seguridad que se vive en México, por lo que algunos grabadores optan por solo aceptar personas conocidas a sus redes sociales y abrir cuentas profesionales para crear conexiones con desconocidos. De la misma manera, otros procuran un anonimato a través de estas plataformas con el uso de un seudónimo para proteger su persona y a sus familiares de posibles agresores que quieran llevar los conflictos virtuales a las redes sociales *offline*.

e) Capital social institucional

A lo señalado anteriormente, el grabado en el Estado se caracteriza por el trabajo en equipo, formación de talleres y cuadrillas de trabajo entre amigos. Dichas acciones colectivas no tienen un efecto sobre toda la red del grabado michoacano, es decir, el capital social (en sus distintas variantes) es de beneficio individual o para un taller, pero no es accionado para afectar a un gran número de actores o para crear institución entre ellos. A esta disyuntiva se añade el hecho de que los productores y auxiliares no ofrecen un capital social por igual a todos los creadores,

lo que significa que en la red no todos los nodos canalizan sus recursos hacia la estructura.

Los SRSs funcionan para que las y los grabadores resuelvan las dudas de sus pares; así también, para compartir información que puede ser de utilidad para sus colegas. Sin embargo, por lo regular, este tipo de interacciones solo se dan entre conocidos, amigos o alumnos en el caso de los docentes, por lo que, el capital cognitivo es apropiado s por los lazos sociales fuertes, dejando al margen a los creadores con bajas conexiones en la red.

Y si bien, se comparten entre las y los grabadores michoacanos publicaciones sobre convocatorias o procesos técnicos, pocos de ellos producen en los SRSs tutoriales o videos con un valor de contenido similar y, por tanto, en esencia las respuestas vienen de artistas de otros Estados o países.

De igual forma, la comunicación prevalece como un beneficio individual para las y los grabadores a través de los SRSs, de tal manera que, son mayormente mencionados los usos para la difusión de sus trabajos que, para promocionar la labor de otros compañeros. En el caso de los que sí lo hacen, una vez más, lo realizan a favor de los nodos con quienes tienen lazos más estrechos.

A pesar de esto, el capital social relacional a un nivel institucional sí está dispuesto para todos los nodos en materia de concreción de proyectos, sin importar las conexiones afectivas. Así, las y los grabadores crean vínculos tanto con pares, como con productores y auxiliares de producción sin importar el origen de estos [con sus reservas, como se ha mencionado con anterioridad]. En este sentido, estos artistas buscan estar conectados a redes profesionales que les permitan acceder a oportunidades de trabajo.

Por una parte, algunos de las y los grabadores manifiestan que la fama de sus pares en SRSs los beneficia, de tal forma que, los usuarios que están interesados particularmente en uno de ellos pueden encontrar a otros creadores porque el algoritmo de estos sitios los relaciona, ya que, comparten una misma zona

geográfica. Aun así, el reconocimiento continúa siendo apreciado como un valor individual que afecta a su trabajo y a su autopercepción como artistas, y no a la red michoacana.

Si bien, en lo personal, las y los grabadores se reconocen como creadores de un Estado en particular y miran ese potencial, desde una visión global sus respuestas parecen indicar que dicha identidad aún no está arraigada o apropiada para poderse mirar como un conjunto, un todo que sería el grabado michoacano.

Uno de los pasos que han dado con la intención de crear institución entre ellos es la Sociedad Michoacana de Grabadores, no obstante, en La SMG solo se aceptan talleres, lo que ha dejado al margen a los creadores que trabajan en lo individual.

Y a pesar de todas estas acciones, las y los grabadores michoacanos suelen aspirar en congregarse en un gremio más unificado como el que observan entre los grabadores oaxaqueños.

6. 3. Transformaciones de las prácticas del grabado michoacano con el uso de sitios de redes sociales

Aunque ha quedado de manifiesto que las y los grabadores michoacanos solucionan sus prácticas creativas y económicas con el uso de sitios de redes sociales, muchas de estas actividades también las solucionan a través de métodos y prácticas tradicionales. Aun así, es posible observar algunas transformaciones en ellas gracias al empleo de estos sitios en Internet.

En principio, cabe decir que la contingencia por el *COVID-19* ha sido una de las variables que permearon en los usos que les dan las y los grabadores michoacanos a los sitios de redes sociales. Sobre este aspecto, ha habido un incremento en la aplicación de estas plataformas en comparación a años pasados. Lo anterior se vio referente a los SRSs para la compra de materiales, para la comunicación de las piezas y el contacto con tercetos; e igual, como auxiliar para continuar con proyectos en equipo, entre conocidos y extraños, gracia al consenso virtual o el intercambio de archivos y *links*.

Asimismo, el encierro ha generado tiempo de ocio que los artistas aprovechan para la perfección de sus habilidades y el aprendizaje autodidacta, ello a partir de la investigación en estos sitios de Internet. De una manera u otra, las y los grabadores encuentran referencias para las prácticas del acopio de datos, la incubación y la intuición; lo que hace distinto los SRSs para la resolución de problemas y la obtención de inspiración es que en estos sitios están contenidos un compendio filtrado de información que es vasto y de fácil acceso para estos creadores, por lo que, ya no es necesario que compren libros, visiten contenedores de arte o se trasladen a otros lados porque, a decir de esto, estos medios tradicionales también están reunidos dentro de las plataformas.

De igual forma, estos lugares en Internet ofrecen alternativas para que las y los grabadores emergentes, que no encuentran espacio en los museos, puedan exponer sus trabajos sin importar su trayectoria o el capital social del que dispongan.

Así también, los SRSs con respecto a la comunicación de las piezas generan una exposición diferente a la acostumbrada por los museos, las galerías y otros contenedores de arte físicos, ya que son los artistas quienes eligen la forma en que van a presentar sus creaciones, e igualmente, seleccionan la información que acompañará y presentará estos grabados a manera de una museografía y curaduría independientes.

En este aspecto, los SRSs aportan herramientas para nuevas formas de visibilizar y socializar las piezas con elementos como los *reels* o televisión de *Instagram* (IGTV), o la inclusión de videos que muestran los procesos a los que anteriormente el público solo tenía acceso cuando visitaban los talleres de gráfica.

Asimismo, los nodos productores, aunque continúan estableciendo los precios y el valor estético de las obras, ya no son los únicos asignados para el encargo, debido a que los SRSs se han convertido en canales alternativos para la promoción y venta de los grabados. Así, la oferta y la demanda por estos productos no depende únicamente de estos actores; ya que, en ocasiones, el fin último no es la

comercialización sino la fama y reconocimiento del grabador en la red y en ese sentido, es éste el que asigna los niveles de producción a los que se quiere someter.

Sin embargo, para poder concretar dichas expectativas es necesario que el creador designe parte de su tiempo al uso de los SRSs, y de igual modo, a la obtención de conocimiento para desempeñarse en otras funciones distintas a las gestadas en su labor, como la instrucción en materia de diseño gráfico, *marketing*, *community manager*, gestión cultural, y ventas.

6. 4. Transformación de la red del grabado michoacano a partir del uso de sitios de redes sociales

Los cambios que configuran los usos de SRSs en la red social de las y los grabadores michoacanos están referidos a las conexiones, y el capital relacional y cognitivo que pueden obtener estos creadores.

Primero, con respecto al capital cognitivo, se atiende que los secretos que guardan algunos maestros grabadores para sus discípulos dejan de ser importantes cuando en los SRSs los creadores pueden encontrar respuesta a las dudas que vienen con su labor. De acuerdo a uno de los grabadores “ahora no hay secretos militares porque todo está en Internet” (grabador 4). El aprendiz ya no tiene necesidad de crear conexiones con su instructor, puesto que, solo necesita seguir a otro grabador en alguno de sus SRSs, sin que el mismo esté enterado del estudiante al que instruye; como menciona el grabador 3 “nada más les pongo *like* a su video” y es lo único que hace falta.

De hecho, algunos de los artistas visuales (seguidor 2 y 3), que siguen a los grabadores michoacanos, han usado los SRRs a manera de un aprendizaje autodidacta para introducirse en esta práctica artística “me interesa mucho cómo pues aprender de ellos [...] entonces conozco el trabajo de un grabador, busco sus redes sociales, y ya lo busco de manera más directa y trato de estar al tanto, de seguir su trabajo, donde tiene su taller, donde trabaja, pues más cuestiones como técnicas, [...] todo, como usa las herramientas y los materiales” (seguidor 2).

Así, la Facultad Popular de Bellas Artes y sus similares ya no son los únicos en sustentar el capital social cognitivo puesto que, el contenido sobre grabado en los SRSs, los tutoriales en *YouTube* y los cursos en línea como *Domestika* también pueden proveer a las y los grabadores, e interesados, de técnicas y procedimientos para la ejecución del grabado, y otras prácticas creativas y económicas.

Por otro lado, se observa cambio con respecto a la adquisición del capital social relacional. De acuerdo al testimonio de uno de los grabadores “anteriormente se tenía que hacer encuentros de gráfica en donde uno se conocía” (grabador 4); ahora, las conexiones que antes se lograban al asistir a las ferias de arte, a las inauguraciones, a las reuniones, entre otros intercambios artísticos y exhibición de arte, también se pueden fincar por medio de los sitios de redes sociales, lo que significa que, ya no es necesario desplazarse a otros lugares para conocer a los nodos insertos en la red del grabado.

Así, las y los grabadores michoacanos optan por seguir los perfiles de sus pares en estas plataformas, con los cuales entablan conexiones a través de *chats*, grupos en *Facebook*, y conversaciones dentro de las publicaciones. De igual forma, los museos, las galerías, los críticos de arte o los periodistas tienen la oportunidad de coincidir con los creadores por mediación de estos sitios en Internet.

También, se evalúa que los SRSs dotan de opciones para que las y los grabadores puedan prescindir de los capitales sociales que se obtienen por medio de su trato y conexión con instituciones gubernamentales o académicas. De tal forma que, como se explicó arriba, no es necesario la escuela para adquirir conocimiento o interactuar con personas con intereses similares; lo mismo, no son imprescindibles los nodos productores y auxiliares, puesto han surgido nuevas vías en las que el creador puede emanciparse para gestar la exposición, distribución y comercialización de sus trabajos. Lo que en la práctica ha eliminado muchos mediadores.

De tal forma que, algunos nodos han decidido ir por la vía libre, sin intermediarios, y que ha generado, en virtud al uso de los SRSs, una red alternativa a la red soportada

por las instituciones; en la que, transitan tanto artistas emergentes, reconocidos, como auxiliares y productores.

Esto, debe entenderse como dos redes que convergen y que, por el momento, no significan la desaparición de la red institucionalizada, por el contrario, aún se ven dentro de las conexiones que generan los grabadores michoacanos interacciones con las instituciones para la gestión de sus prácticas, la organización, la profesionalización, así como la adquisición de los capitales sociales.

No obstante, tanto en la red institucionalizada, como en la red alternativa el ejercicio del grabado michoacano tiende a estar precarizado, lo que culmina en que muchos de estos artistas necesiten otra fuente de ingresos además de los que obtienen con esta práctica artística.

Por un lado, la Secretaría de Cultura del Estado y los espacios expositores que dependen de ésta restringen su capital disponible a unos cuantos creadores, aunque, como se ha observado en algunos casos, estos artistas estén desconectados con las instituciones. Por el otro, la red alternativa solo está disponible para aquellos que pueden acceder al uso de los SRSs y que, además, cuenten con las habilidades necesarias para desarrollar distintas estrategias a razón de los procesos creativos, la comunicación, la distribución y la comercialización de las estampas; a esto, se suma el hecho de que algunos de las y los grabadores continúan renuentes al empleo de estas plataformas. En consiguiente, es frecuente que los artífices circulen tanto en la red institucionalizada como en la alternativa, rescatando lo mejor de ambos sistemas.

CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES

Uso y apropiación de redes sociodigitales por las y los pintores y grabadistas michoacanos para la puesta en común de los objetos artísticos que devienen de sus prácticas de producción, fue el primer título de este proyecto.

En ese epígrafe, por demás extenso, cupo la inocencia y la pretensión de analizar al unísono dos campos del arte, es decir, dos tesis, en lugar de una; lo anterior, bajo un tiempo acotado de dos años y personal limitado.

Así, gracias a la intervención y el consejo de los profesores de esta maestría, el estudio se enfocó hacia el grabado en Michoacán de Ocampo y el título de la tesis cambió a *usos y apropiaciones de redes sociodigitales por parte de los grabadistas michoacanos para la puesta en común de arte*.

Sin embargo, cuando uno de los participantes de la prueba piloto de la encuesta preguntó: “¿es correcto grabadista?” notamos nuestro error, ya que lo preciso era decir grabador. Una vez más, la que escribe ignoraba lo que el grabado y la estampa representaban, ello a pesar de haber desarrollado un apartado de antecedentes en el planteamiento del problema.

En el trasfondo, existe en general un desconocimiento sobre esta práctica y una lucha por parte de estos creadores para que sus piezas sean valoradas, no sólo a nivel estético, sino también comercial. Por lo que, salir a campo significó una ocasión para estudiar esta práctica artística más allá de la teoría.

En efecto, hay un interés por parte de estos artistas de que las personas se acerquen al grabado, no sólo desde el entendimiento, sino también a través de la producción. Actualmente diversos talleres, grabadoras y grabadores ofertan este conocimiento para que públicos de todas las edades puedan aprender, estampar y llevarse a casa algo hecho por ellos mismos, a veces de manera gratuita y con materiales incluidos, tanto para grabar como para imprimir.

Cuando un maestro grabador nos ofreció la oportunidad de crear nuestras propias piezas, nos fue posible observar *in situ* varias de las respuestas obtenidas en los instrumentos de investigación. Por ejemplo, el hecho de que muchos de los creadores recurran a otros como referencia para sus propios trabajos, puesto que en nuestro intento y al no saber por dónde empezar el linograbado, ver las estampas en exhibición de nuestro instructor fueron un buen sitio de donde partir; lo mismo explorar más opciones en *Facebook* para resolver la figura escogida.

Tuvieron que pasar varias horas de desvelo y algunas ampollas en los dedos para terminar de grabar un ambicioso linóleo de 15x15cm. Se hace hincapié en ello, ya que a partir de nuestra experiencia estimamos que el costo de una estampa debe valorarse no únicamente por sus medidas, sino también por el tiempo, la cantidad de detalle y el esfuerzo que la obra confiere.

Imprimimos con la ayuda del mentor y otro de sus alumnos, uno colocaba el linóleo en la marca y el otro el papel de algodón previamente mojado, mientras que un tercero hacía pasar la prensa sobre el grabado. No era broma cuando los sujetos de estudio comentaban que el grabado es un trabajo en equipo.

También estampamos una placa de nuestro instructor; en conjunto miramos con empeño la prueba para detectar cualquier error, restos de linóleo escarbado y cada exceso de tinta, “un buen impresor tiene esa paciencia y obsesión” nos indicó. “Hay maestros impresores” mencionaron en las entrevistas, y era verdad, existen habilidades que estos expertos dominan, no solo se trata de hacer girar el rodillo, si no de saber medir la presión correcta para cada matriz, por mencionar algo.

Y en toda esta narrativa ¿dónde cabe la apropiación digital? Lo cierto es que, el estudio de las apropiaciones tecnológicas en el arte es un tema mayormente abordado en las investigaciones sobre la enseñanza artística a través de medios digitales (como arrojaron los primeros acercamientos al estado de la cuestión), además de esto, no era el mejor camino para acercarnos a una actividad tradicionalmente análoga. En consecuencia, se modificó por tercera vez el título de

la tesis por *El grabado michoacano como un sistema, sus prácticas y las transformaciones que acontecen con el uso de sitios de redes sociales*.

Se abandonó la idea de estudiar únicamente la puesta en común para abrazar a las demás prácticas, y en lugar de hacer sólo un listado de usos de plataformas, adoptamos el ideal de investigar a los sistemas conectados con el grabado a través de estos medios digitales; de esta manera cabía la oportunidad de observar tanto los procesos artísticos como aquellas características relacionadas con estos complejos: la sociedad, el lenguaje, la tecnología, la política y la economía.

Sin embargo, la teoría general de sistemas nos puso en una disyuntiva, y si bien, la que redacta continúa creyendo que hay *un todo* concatenado por diversos sistemas, y que cada *todo* en sí mismo es un sistema que se ve afectado por los otros, en la práctica es un fenómeno difícil de medir y comprobar.

Lo que sí podíamos analizar era la manera en que los elementos del complejo se comunicaban unos con otros a través de sus redes sociales, y con ello lograr visibilizar las prácticas en el grabado, los usos tecnológicos y las transformaciones. De modo que optamos por modificar por última vez el objeto de estudio, estableciendo, así, el título con el cual presentamos esta investigación: *La red social del grabado michoacano, sus prácticas y las transformaciones que acontecen con el uso de sitios de redes sociales*.

Podemos dar cuenta que la red social del grabado michoacano, dentro de los SRSs, es una red abierta porque se encuentra involucrada con otros nodos que anclan a otras redes distintas a las que generalmente se asocian con el arte, como la industria de alimentos y bebidas, el turismo; o las marcas de ropa.

Es una red digital cuyas fronteras de conexión social no están propiamente definidas, si bien al centro los nodos parecen conocerse, es cuestión de tiempo para que los actores en la periferia, los extraños se comuniquen entre sí. Es decir, para que una estampa encuentre un comprador, una galería localice un artista, dos

grabadores concreten un proyecto en común, todo esto desde el uso de estas plataformas.

Los sitios de redes sociales tienen un potencial en cuanto a la apropiación de los grabadores hacia estas tecnologías, pues es a través de estas que tienen la oportunidad de solucionar la comunicación de sus prácticas y establecer conexiones a favor de las mismas. Así, por ejemplo, es por medio de los SRSs que cuentan con la posibilidad de realizar exposiciones, sin tener que hacerlas en los contenedores de arte habituales, a razón de la carencia de espacios a los que se refieren los sujetos de estudio.

Entró a la escena del grabado en Michoacán de Ocampo una red social digital, alterna al modelo institucional en el que estos actores solían conectarse. Dentro de esta red no hay aparentemente barreras de comunicación o de adquisición de capitales; de tal forma que los artistas pueden ser los productores y emisores de su mensaje, sin la intromisión de intermediarios. Empero, hace falta que los grabadores atiendan sobre su existencia para favorecerse de la misma, no a raíz del azar, sino de la planificación.

El uso que le dan las y los grabadores a los sitios de redes sociales está limitado a un esquema tradicional, y es ajeno en la elaboración consiente de los mensajes, las narrativas y los discursos; lo que destina a estas páginas a ser simples escaparates de exhibición o venta, lo que no es innovador.

De igual forma, pareciera que se toman *a la ligera* la virtud que tienen estos sitios en cuanto a sus propiedades de conexión; esto es, comprenden que pueden comunicarse con otros actores en la red y, sin embargo, no son reflexivos de que a través de estos medios pueden conectar con nodos clave o acceder a distintos capitales para potenciar sus prácticas.

En apariencia, los lazos establecidos no cumplen con un propósito definido, porque, puede dar lo mismo que otro grabador, un museo o cualquier espectador interactúe

con sus publicaciones, si detrás de esta acción comunicativa no hay un objetivo más allá de la adquisición de un like, o el intercambio de opiniones.

Las y los grabadores michoacanos tienen claro que los sitios de redes sociales son de beneficio para su práctica artística, lo que necesitan es partir del conocimiento de la cultura digital para poder establecer estrategias que les permitan evaluar la pertinencia del uso de estas páginas en casos específicos y muy particulares, de acuerdo a sus intereses.

Esta nueva faceta de las y los grabadores, en la era de la convergencia con Internet, los insta a poseer un capital tecnológico y, con base a esto, desarrollar habilidades ajenas de una práctica por mucho tiempo análoga. Aunque siempre cabe la posibilidad de delegar estas competencias a los expertos.

Hasta este punto se da por concluida esta tesis de maestría, no obstante, a la luz de los resultados y hallazgos quedan abiertos caminos hacia donde este objeto de estudio puede avanzar; los particulares que se ponen a disposición de la comunidad científica para su posible análisis.

Si bien en esta ocasión se trabajaron con las y los grabadores michoacanos, cabe la viabilidad de integrar esta investigación, y la teoría de redes a otros campos del arte y de las prácticas artísticas como la pintura, la fotografía, la escultura, la música, por mencionar algunos ejemplos.

Queda preguntarnos ¿En qué otros municipios del Estado de Michoacán de Ocampo se practica grabado y estampa? y ¿Por qué aparentemente estos municipios no son visibles en las conexiones que este estudio ha observado? Si no aparecen en los sitios de redes sociales analizados ¿Cuáles son los medios, digitales o tradicionales, que estos creadores están usando para darse a conocer? Quizás los grabadores michoacanos se concentran en Morelia y sus alrededores, de ser así, es necesario investigar ¿Por qué ocurre esto?

Ya que las y los grabadores michoacanos manifiestan cierta admiración por el grabado en Oaxaca, acaece la interrogante ¿los grabadores de otros estados anhelan una estructura similar? Si la respuesta es afirmativa, acontece la posibilidad de estudiar la red social del grabado oaxaqueño, los capitales sociales que tienen a disposición, o los usos que estos artistas les están dando a los sitios de redes sociales; ya que dicha información, puede servir de ejemplo para el desarrollo profesional de otros grabadores.

Así también, podríamos proponer procesos para la evaluación de los sitios de redes sociales, con el objeto de poder determinar posteriormente cuáles serían las plataformas más adecuadas en función de las necesidades de los grabadores. Por el momento ya se identificó si son usadas, para que son usadas, como son usadas y cuáles son las ventajas que ven en ellas. A partir de este punto, lo que seguiría sería evaluar cada uno de los elementos identificados en las prácticas en una intervención específica, para entonces dar cuenta del resultado que tiene usar, o no usar, estos medios bajo ciertas condiciones, por ejemplo, evaluar en la *praxis* si estas plataformas funcionan para la venta de grabados, o para la difusión de los mismos. Un estudio más allá de analizar la opinión de estos artistas.

También, resulta pertinente analizar el uso tecnológico de otras herramientas además de los sitios de redes sociales, en las que deben ser incluidas la observación de medios digitales que permitan la socialización de obra como galerías virtuales, páginas de comercio electrónico, o plataformas de desarrollo *web*. A este asunto, se suma la pertinencia de estudiar el empleo de *WhatsApp* para el desarrollo de las prácticas en el grabado.

Aunque no era el objetivo de investigación, la tesis sí permite dar cuenta de la pertinencia de mirar a profundidad los nodos que interactúan con la red social del grabado. Para lo cual se sugiere un análisis cuantitativo de redes sociales (ARS) a partir de la teoría de los grafos para la representación de los diferentes actores sociales que están en red. Y que sea acompañado del método cualitativo para

conocer las motivaciones de los usuarios que siguen a los grabadores michoacanos, desde la perspectiva de un estudio de públicos.

Queda abierta la posibilidad de aplicar, después de unos años, los instrumentos de investigación y con estos datos comparar los hallazgos obtenidos en el 2021, a fin de observar si va en aumento la tendencia de formar una red social alternativa, y si la red institucional va perdiendo poder con el uso de sitios de redes sociales.

Sobre esto último, se aconseja analizar al objeto de estudio bajo los parámetros de la teoría de las prácticas sociales de Pierre Bourdieu y los conceptos de campo y *habitus*, porque, a la luz de los hallazgos existen capitales que se encuentra en juego, y que se concentran en unos cuantos nodos, lo que precariza al grabado michoacano, puesto que, no todos los actores están en condiciones iguales dentro del gremio.

Los datos referentes al grabado en Michoacán de Ocampo son escuetos, no existe un censo sobre los creadores de esta práctica artística, y tampoco información de fácil acceso sobre la historia de la estampa en el Estado. Este proyecto de investigación buscó describir un campo poco explotado en términos del análisis y la detención del uso de los sitios de redes sociales. Nos invita a observar como los SRSs se pueden convertir en una herramienta, en una ventaja o, por el contrario, una desventaja dependiendo de las condiciones.

8. REFERENCIAS

- Aguilar, A. (2012). Los inicios de la litografía en México: el periodo oscuro (1827-1837). *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*. (90), 65-66.
- Aguilera, J., Castillo, A., García, J. (2011). Guía técnica para la construcción de escalas de actitud. *Odiseo*. 8 (16), 1-13.
- Álvarez, P., Izquierdo, V., Nuño, A. (2017). Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las redes sociales: Facebook y Twitter. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*. 23(2), 1161-1178.
- Arias, O., Hernández, F. (2017). Acercamiento al grabado. *Artes y letras*. XLI (1), 69-82.
- Ávila-Toscano, J. (2012). Redes sociales y análisis de redes. Colombia: Azul y violeta Editores.
- Baigorri, L. (2019). Identidades robadas. Arte y apropiación y extimidad en la vida online. *Arte, individuo y sociedad*. 31 (3), 605-624.
- Baptista, M., Fernández, C., Hernández, R. (2006). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Baptista, M., Fernández, C., Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Barbosa, A. (2015). *La estampa y el grabado mexicanos: tradición e identidad cultural*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Bertalanffy, L. V. (1989). *Teoría general de los sistemas, fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bertolini, S., Bravo, G. (2001). Social Capital, a Multidimensional Concept. Estados Unidos: Semantic Scholar. Consultado en:
<https://www.semanticscholar.org/paper/Social-Capital-%2C-a->

Multidimensional-Concept-Bertolini-
Bravo/ab8d2ed286d0c225b47fca4785cef2dd1dc7fac6

- Boyd, d. m., Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, 210-230.
Consultado en: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional*. Argentina: Adriana Hidalgo editora.
- Brea, J. L. (2009). El tercer Umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural. España: [esfera pública]. Recuperado de:
<https://esferapublica.org/nfblog/el-tercer-umbral/>
- Cagigal, P. (2017). Los museos como mediadores de la memoria en la era digital. *Revista de arte contemporáneo*. 22, 22-30.
- Cano, R. (2019). Técnicas de marketing en las cuentas oficiales de Twitter de los artistas flamencos. *Zer*. 24 (46), 93-110.
- Capriotti, P., Losada, J. (2015). La comunicación de los museos de arte en Facebook: comparación entre las principales instituciones internacionales y españolas. *Palabra clave*. 18 (3), 889-904.
- Cárdenas, E. (Ed.). (2004). *Tradiciones arqueológicas*. México: El Colegio de Michoacán: Gobierno del Estado de Michoacán.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura, la sociedad red*. (Vol. 1). España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2001). *La galaxia de Internet*. España: Cultura Libre.
- Cauqueline, A. (2002). *El arte contemporáneo*. México: ¿Qué sé?
- Ceballos, H. (2014). *La querencia al terruño*. México: Secretaría de Cultura de Michoacán.

- Cordero, E., San Martín, B. (2018) Los museos y las tecnologías de la Comunicación en Cuenca. *Killkana sociales*. 2 (3), 171-178.
- Covantes, H. (1982). *El grabado mexicano en el siglo XX, 1922-1981*. México: s.n.
- Crovi, D. (2009). Acceso, uso y apropiación de las TIC en comunidades académicas: diagnóstico de la UNAM. México: Plaza y Valdez.
- Cruz, A., Cruz, F., Muñoz, M. (2015). Iconografía arquitectónica: la primera imprenta en América (siglo XVI). *Antropología, revista interdisciplinaria del INAH*. (99), 115-119.
- Díaz, C. (2016). *La gestión de las galerías de arte*. España: AECID.
- Del Mar, M. (2013). Técnicas de grabado.es [Difusión virtual de la gráfica impresa]. España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- De la Peña, J. (2014). ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural? *Anuario AC/E de Cultura Digital*. (8), 101-112.
- Dell'Innocenti, C. (2012). *Las redes sociales digitales como herramientas de marketing: Análisis de un caso práctico* (tesis licenciatura). Universidad nacional de Cuyo, Ecuador.
- Dopico M. (2003). *Práctica artística en la Era de Internet. Net Art en sus formas colectivas*. (tesis doctoral). Universidad de Vigo, España.
- Echeverría, J. (2009). Cultura digital y memoria en Red. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. CLXXXV (737), 559-567.
- Enguix, B. (2012). *Cultura, culturas, antropología*. En Pau A. (Coord.), Teoría de la cultura. (pp. 5-43). España: Universidad Oberta de Catalunya.
- Fachelli, S., López-Roldán, P. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. España: UAB.

- Fajardo, M. (2014). Grabados europeos y pintura en el Nuevo Reino de Granada. *HisTOReLo*, 6 (11), 68-125.
- Foti, E. (2017). *Arte digital: Galerías virtuales y las nuevas formas de la exposición* (tesis maestría). Universidad politécnica de Valencia, España.
- Furió, V. (2014). *El arte del grabado antiguo. Obras de la colección de Furió*. España: UBe.
- Gali, M. (2015). La estampa religiosa en México como fuente para la historia de la Iglesia. *Revista Magistralis*. (28), 180-204.
- Gallego, M. (2007). *José Guadalupe Posada; La muerte y la cultura popular mexicana*. Argentina: Universidad de Buenos Aires.
- García, M. (2018). SIN TITULO. En P. Santiago (Coord.), *Impresiones de México la estampa y las publicaciones ilustradas en el siglo XIX*. (p. 5). México: Secretaria de Cultura e Instituto Nacional de Bellas Artes.
- Gaspar, I. (2018). Hashtag (#), el uso de nuevos métodos en las prácticas artísticas a partir de las dinámicas en las redes sociales. *ASRI*. (15), 15-23.
- Gatica, P. (2014) Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales. *Estudios culturales y críticos de la esfera digital*. 3 (2), 118-129.
- Gómez-Mont, C. (2002). Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación. *Versión 12*. 287-305.
- Groys, B. (2016). *Arte en flujo, ensayos sobre la evanescencia del presente*. Argentina: Caja Negra Editora.
- Guerrero, L., Izquierdo, V. (2018) Las redes sociales como marco de un nuevo paradigma en el arte contemporáneo. *Commons*. 7 (2), 67-94.
- Harris, M. (1968). *The rise of the anthropological theory*. Estados Unidos: Thomas Y. Crowell.

- Harris, M. (1994). *El materialismo cultural*. España: Alianza Universidad.
- Harris, M. (2001). *Antropología cultural*. España: Alianza Editorial.
- Hernández, A., Pano, J. (2002). Monográfico: arte latinoamericano del siglo XX. Reflexiones a la luz del nuevo milenio. *ARTígrama*. (17) 19-48.
- Insúa, L. (2003). La estampa digital. El grabado generado por ordenador. (tesis doctoral). Universidad Complutense, España.
- Jiménez, S. (2013, septiembre). El muralismo en Michoacán. México: Cambio de Michoacán. Consultado en:
https://issuu.com/cambiodemichoacan/docs/disfrutamich_33cde86b6787a5
- Jimeno, R. (s.f.). Manuel Castells y la sociedad Red [archivo de video]. España: Jimeno. Consultado en:
<https://www.youtube.com/watch?v=8DrFhRC5EME&t=1s>
- Kahn, J. S. (1975). *El concepto de la cultura: Textos fundamentales*. España: EDITORIAL ANAGRAMA.
- Keesing, R. (2010). Teorías de la cultura. En Honorio M. (Coord.), *Lecturas de antropología social y cultural, la cultura y las culturas*. (pp. 15-51). España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Lévy, P. (2007). *CIBERCULTURA, informe al consejo de Europa*. España: Anthropos.
- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo*. España: Anagrama.
- López, M. (1995). Notas para una introducción a la estética. Argentina: Facultad de Bellas Artes.
- López, M. (2017). *Arte, vida y redes sociales de internet: el artista en los inicios del siglo XXI* (tesis doctoral). Universidad de Vigo, España.

- López Prado, M. (2021, febrero). Charla virtual de la gráfica en nuestro país. En S. Aguilera (presidencia), 13 aniversario del Centro Cultural Clavijero. Conferencia llevada a cabo en línea en la página de Facebook del Centro Cultural Clavijero, Morelia, Michoacán.
- López-Roldán, P., Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cualitativa. España: UAB.
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación*. España: PAIDÓS.
- Méndez, J. (2009). Fundamentos de Economía para la sociedad del conocimiento. México: McGraw-Hill.
- Martorell, S. (2016). Las redes sociales como medio de promoción de la práctica artística. *Opción*. (8), 225-243.
- Martorell, S. (2018, febrero). Las redes que los parieron, arte y artistas nacidos en Internet. *COMeIN*, 74. Recuperado de: <https://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero74/articles/redes-arte-artistas-internet.html>
- Mercado, A. (2015). La educación musical en Morelia 1869-1911. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Ministerio de Educación de la Nación (1955). *El grabado, su historia, su técnica*. Argentina: Ministerio de Educación de la Nación.
- Museo Blainsten (s.f.). Adolfo Mexiac, n. 1927. México: Museo Blainstein. Consultado en: <https://museoblaisten.com/artista.php?id=298&url=Adolfo-Mexiac>
- Musser R. (2017). La transformación digital de la colección de José Guadalupe Posada. En G. Barbara, C. Gloria (Coord.), *Transiciones inciertas: Archivos, conocimientos y transformación digital en América Latina*. (pp. 267-282). Argentina: UNLP & FAHCE; Alemania: Ibero-Amerikanisches.

- Parselis, M. (2018). La relevancia de los bienes comunes en las tecnologías entrañables. En Ana, C., Obdulia, T., Rodrigo, L. O., Daniel, L. (Eds.), *Cultura científica y cultura tecnológica*. (pp. 273-282). España: Aquila Fuente., Ediciones Universidad de Salamanca.
- Parsons, T. (1966). El sistema social. México: teorías uno UNAM. Recuperado de <https://teoriasuno.files.wordpress.com/2013/08/el-sistema-social-talcott-parsons.pdf>
- Pérez, J. (2020a). Efraín Vargas, artista y activista político. México: El sol de Morelia. Consultado en: <https://www.elsoldemorelia.com.mx/cultura/efrain-vargas-artista-y-activista-politico-5673191.html>
- Pérez, J. (2020b). Resurgen en Michoacán los talleres gráficos. México: El sol de Morelia. Consultado en: <https://www.elsoldemorelia.com.mx/cultura/resurgen-en-michoacan-los-talleres-graficos-5252504.html>
- Pineda, A. (2019). Imprenta y edición literaria en Michoacán. Siglo XIX. México: Enciclopedia de la literatura en México. Consultado en <http://www.elem.mx/estgrp/datos/1348>
- Plancarte, F. (2008). *Precencia de la muerte en la gráfica mexicana* (tesis doctoral). Universitat Politècnica de Valencia, España.
- Ponzio, C. (2015). Tratantes de arte y los grandes maestros de la pintura. *Estudios Económicos*. 30 (2), 245-268.
- Prada, J. M. (2012). Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales. España: Akal.
- Proceso (1988, abril). Carlos Alvarado Lang en la sala nacional. México: Revista Proceso. Consultado en: <https://www.proceso.com.mx/148203/carlos-alvarado-lang-en-la-sala-nacional>

- Postman, N. (1993). *Technopoly, the surrender of the culture to technology*. Estados Unidos: Vintage books.
- Postman, N. (1996). *The end of education, redefining the value of school*. Estados Unidos: Vintage books.
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente de Alpha de Cronbach. *Telos*. 12 (2), 248-252.
- Ramos, S. (2013). Protagonistas de la plástica en Uruapan. México: El diario Visión. Consultado en:
<https://www.eldiariovision.com.mx/noticia/nota,25177/>
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory* 5(2): 243-263. doi: 10.1177/13684310222225432
- Recuero, R. (2008). *Redes Sociais na Internet*. Brasil: Editora Meridional Ltda.
- Rivera, S. (2015). Presentación. En M. Sergio, (Coord.), *Claves para la comprensión de la cultura digital* (pp. 7-10). México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Rodríguez, C. (2008). Los artistas no voltearon hacia otro lado. En C. José Luis (Coord.), *La Revolución mexicana, otras voces, otros escenarios*. (p. 31). México: Palabras de Clío.
- Rodríguez, M. (2007). *Manual de creatividad: los procesos psíquicos y el desarrollo*. México: Trillas.
- Ruiz, M. (2018). Reflexiones sobre coleccionismo, mecenazgo y mercado de objetos artísticos en la antigüedad. En H. Antonio, P. Ester & U. María (Coord.), *Coleccionismo, mecenazgo y mercado artístico: su proyección en Europa y América*. (pp. 562-568). España: Universidad de Sevilla y Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías.

- Schatzki, T. (1996). *Social practices: a wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Sistema Nacional de Información Cultural en México (2020). Directorio de galerías. Recuperado de:
https://sic.cultura.gob.mx/datos.php?table=galeria&estado_id=16
- Tissandier, G. (1875). Historia del grabado tipográfico. *Revista Europea*. (56), 89-100.
- Turner, F. (2018, abril). The arts at Facebook: An Facebook: aesthetic infrastructure for surveillance capitalism. *Poetics* 67. Consultado en <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.03.003>
- Tylor, B. E. (1920). *Primitive culture* (Vol. 1). Estados Unidos: John Murray.
- Ubani, F. (2015). *Arte gráfico y tecnología una relación privada en la obra (gráfica) de Fabiola Ubani* (Tesis doctoral). Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad, una historia crítica de las redes sociales*. Argentina: Siglo XXI.
- Vela, F. (2001). Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa. En T. María (Coord.), *Observar, escuchar, comprender*. (63-95). México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Velarde, S. (2007). *El grabado mexicano en el siglo XX. La colección en el Museo de Arte Contemporáneo Alfredo Zalce* (Vol. 1). México: Centro de Documentación e Investigación de las Artes.
- Villagómez, C. (2018). Arte digital MX. *AusArt*. 6 (1), 285-295.
- Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*. 5 (2), 131-153.

Watts, D. (2006). Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso. España: Paidós.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

ANEXO 1. Alexa, the top 500 sites on the web by category

The top 500 sites on the web

Global By Country **By Category**

Adult	Health
Arts	Home
Business	Kids and Teens
Computers	News
Games	Recreation
Reference	Sports
Regional	World
Science	
Shopping	
Society	

▲ Sub-Categories (42)

Animation (1573)	Cultures and Groups (0)
Architecture (1198)	Design (584)
Art History (265)	Digital (134)
Awards (7)	Directories (87)
Bodyart (359)	Education (828)
Chats and Forums (3)	Entertainment (234)
Classical Studies (71)	Events (0)
Comics (1318)	Genres (306)
Contests (0)	Graphic Design (246)
Costumes (12)	Humanities (30)
Crafts (3423)	Illustration (1277)
Literature (4301)	Photography (2085)
<u>Magazines and E-zines</u> (54)	Radio (1440)
Movies (3121)	Regional (0)
Music (23961)	Television (2369)
News and Media (4)	Video (139)
Online Writing (1169)	Visual Arts (10053)
Organizations (300)	Web Rings (0)
People (944)	Weblogs (17)
Performing Arts (9033)	Writers Resources (1529)
Periods and Movements (2)	
Personal Pages (6)	

ANEXO 2. Cuadro de validación por expertos

Sección uno: Uso de redes sociales para la difusión							
Ítem	Coherencia en la redacción		Lenguaje adecuado		Variable correctamente medida		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
Sección dos: Relación con terceros							
Ítem	Coherencia en la redacción		Lenguaje adecuado		Variable correctamente medida		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
1							
2							
3							
4							
5							

6							
7							
8							
Sección tres: Uso de redes sociales para la producción							
Ítem	Coherencia en la redacción		Lenguaje adecuado		Variable correctamente medida		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
1							
2							
3							
4							
Sección cuatro: Uso de redes sociales para la promoción							
Ítem	Coherencia en la redacción		Lenguaje adecuado		Variable correctamente medida		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
1							
2							
3							
Aspectos generales					Si	No	
Instrucciones claras y precisas							
La sección de datos generales proporciona información relevante							
La distribución de los ítems es secuencial							
El número de ítems es adecuado							

ANEXO 3. Instrumento cuestionario para la encuesta



Este cuestionario tiene fines exclusivamente académicos. Se trata de un instrumento de investigación cuya intención es indagar sobre los usos que el grabado michoacano le da a las redes sociales para las actividades del proceso creativo y las prácticas de autogestión.

El tratamiento de los datos y el cuidado de la información están protegidos y se reservan únicamente para propósitos de esta investigación; la cual, es desarrollada para el programa nacional de programas de calidad CONACYT, parte de la Maestría en Comunicación y Cultura Digital de la Universidad Autónoma de Querétaro.

Gracias por tu ayuda

Datos Generales				
Nombre artístico: [pregunta abierta]				
1/11 ¿Cuál es tu edad? [pregunta abierta]				
Masculino		Femenino		
2/11 Género:				
3/11 Municipio del estado de Michoacán donde radicas: [pregunta abierta]				
4/11 Último nivel escolar que completaste:				
Primaria	Secundaria	Preparatoria	Universidad	Posgrado

4/9 ¿Las redes sociales te han funcionado para ser vista o visto en otras partes del mundo? Si/No ¿Por qué? [pregunta abierta]				
5/9 ¿Acompañas los grabados que muestras en las redes sociales con fichas técnicas? Si/No ¿Por qué? [pregunta abierta]				
6/9 ¿Acompañas los grabados que muestras en las redes sociales con un texto curatorial?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7/9 ¿Consideras que los comentarios y reacciones que le hacen a tu trabajo en redes sociales son una forma de valorar tu obra?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
8/9 ¿Tus seguidores pueden acceder a tu carpeta de artista (biografía, obras, fichas técnicas, textos curatoriales) en alguna de tus redes sociales?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9/9 ¿Anuncias o publicas los precios de tu obra en las redes sociales?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Sección dos: Redes sociales y relación con terceros				
1/5 ¿Consideras que las redes sociales han sustituido el trabajo que realizan los críticos de arte? Si/No ¿Por qué? [pregunta abierta]				
2/5 ¿Es necesario contar con un profesional del diseño gráfico que se encargue de tu imagen como artista en las redes sociales?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
3/5 ¿Es necesario contar con un profesional que se encargue de administrar y dar mantenimiento a tus redes sociales?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

4/5 ¿interactúas con tus seguidores y tomas sugerencia de los consejos o las recomendaciones que te hacen para tu proceso creativo?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5/5 ¿Usas las redes sociales para pedir una opinión sobre tus ideas o bocetos a otro artista?				
Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Sección tres: Uso de redes sociales para la producción				
1/4 ¿Qué redes sociales usas para buscar imágenes u otros materiales para tu proceso creativo? Otras				
Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
2/4 ¿Qué redes sociales usas para resolver un problema?, por ejemplo, cómo aplicar una técnica o trabajar con algún material				
Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
3/4 ¿Qué redes sociales usas para guardar las ideas que te pueden servir para próximos grabados?				
Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
4/4 ¿Qué redes sociales usas para buscar o comprar materiales?				
Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
Sección cuatro: Uso de redes sociales para la promoción				
1/3 ¿Qué redes sociales usas para invitar a la gente a tus exposiciones?				

Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
2/3 ¿Qué redes sociales usas para que vean tu trabajo?				
Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
3/3 ¿Qué redes sociales usas para vender tu obra?				
Facebook	Instagram	Twitter	Otras redes ¿Cuáles/ Otros medios (tv, radio, periódicos, revistas, buscador de Internet, Aplicación [App]) [abierta]	Ninguna red
Página de agradecimiento				
<p>Gracias por completar esta encuesta.</p> <p>En breve estaremos compartiendo los resultados de la investigación.</p> <p>Cualquier aclaración o duda puedes contactarnos al correo ccerda22@alumnos.uaq.mx</p>				

ANEXO 4. Concordancia de preguntas con categorías de operacionalización

Categoría	Subcategoría	Definición	Observables	Pregunta
Prácticas creativas	Acopio de datos	Procurarse información desde la observación, experimentación y conversación con personas conocedoras.	-Referencias de imágenes, videos, y material para la creatividad y la planificación.	1. ¿Qué redes sociales usas para buscar imágenes u otros materiales para tu proceso creativo?
	Incubación e intuición	Trabajar en la solución de un problema hasta el momento de su dilucidación.	-Llevar un registro de las ideas -Buscar soluciones a los problemas creativos.	2. ¿Qué redes sociales usas para para resolver un problema, por ejemplo, cómo aplicar una técnica o trabajar con algún material? 3. ¿Qué redes sociales usas para guardar las ideas que te pueden servir para próximos grabados?
	Evaluación	Consulta de opiniones.	-Mostrar los bocetos e ideas a pares o amigos para pedir una opinión.	4. ¿interactúas con tus seguidores y tomas sugerencia de los consejos o las recomendaciones que te hacen para tu proceso creativo? 5. ¿Usas las redes sociales para pedir una opinión sobre tus ideas o bocetos a otro artista?
	Elaboración	Se refiere a la ejecución de la obra.	Como se integra la compra de insumos y materiales en SRSs al proceso creativo de la elaboración.	6. ¿En cuáles de estas redes has buscado o comprado materiales?

	Comunicación	Socializar las piezas con otros.	Sociabilización, visibilización y difusión de las obras, el artista, los eventos y las exposiciones.	<p>7. ¿Difundes tu trabajo en redes sociales?</p> <p>8. ¿Qué redes sociales usas para invitar a la gente a tus exposiciones?</p> <p>9. ¿Qué redes sociales usas para que vean tu trabajo?</p> <p>10. ¿Consideras que las redes sociales son un buen lugar para hacer exposiciones virtuales?</p> <p>11. ¿Las redes sociales te han funcionado para ser vista o visto en otros estados de México?</p> <p>12. ¿Las redes sociales te han funcionado para ser vista o visto en otras partes del mundo?</p>
Prácticas de Autogestión	Autonomía de los profesionales	Prácticas que tradicionalmente están a cargo de los profesionales y que el artista tiene la opción de responsabilizarse por ello a través del uso de SRSs.	Con respecto a los críticos de arte: -necesidad de la crítica artística. -valoración de la obra por terceros.	<p>13. ¿Consideras que las redes sociales han sustituido el trabajo que realizan los críticos de arte?</p> <p>14. ¿Consideras que los comentarios y reacciones que le hacen a tu trabajo en redes sociales son una forma de valorar tu obra?</p>
			Con respecto al diseño gráfico y <i>community manager</i> : -necesidad de contar con un diseñador gráfico. - necesidad de contar con un <i>community manager</i> .	<p>15. ¿Es necesario contar con un profesional del diseño gráfico que se encargue de tu imagen como artista en las redes sociales?</p> <p>16. ¿Es necesario contar con un profesional que se encargue de administrar y dar mantenimiento a tus redes sociales?</p>

			<p>Con respecto a los museos y las galerías:</p> <ul style="list-style-type: none"> -creación de carpeta del artista. -fichas técnicas de las obras -texto curatorial -fijar precios -venta de obra 	<ol style="list-style-type: none"> 17. ¿Acompañas los grabados que muestras en las redes sociales con fichas técnicas? 18. ¿Acompañas los grabados que muestras en las redes sociales con un texto curatorial? 19. ¿Tus seguidores pueden acceder a tu carpeta de artista (biografía, obras, fichas técnicas, textos curatoriales) en alguna de tus redes sociales? 20. ¿Anuncias o publicas los precios de tu obra en las redes sociales? 21. ¿Qué redes sociales usas para vender obra?
--	--	--	--	--

ANEXO 5. Ejemplo de cómo se recolectaron los datos del análisis de redes sociales para la segunda fase de investigación [IG de Las Adelitas]

Nodo	Código del tipo de nodo	No. De likes	Notas
smg_michoacan_	0	1	
tallerlosagachados	0	1	
_brendatapia	1	1	Michoacán.
ang_el_avila	1	1	Solo grabador.
britomontania	1	1	CDMX.
e_r_a_i__tattoo	1	1	Tatuador.
jean_axl_sosa	1	1	Michoacán.
jenny_liset	1	1	Danza.
kristina__kerstner	1	1	Ucrania.
ku.s.alas	1	1	Artista plástica, Michoacán.
losesno	1	1	Fotógrafo y grabador, Morelia.
lucianaxilo	1	1	Grabado, Argentina.
virus_sz	1	1	Grabador y otras prácticas, Morelia Mich.
yoke_ismu	1	1	Grabado y otras prácticas foto y dibujo, CDMX.
grabado_elvisor	2	1	Taller de grabado Barcelona España.
tallercentralg	2	1	Taller de grabado Zacatecas, México
tallerchanate	2	1	Taller artes gráficas Coahuila, México
allegoriaestudio	3	1	Marketing digital, probablemente para ofrecer sus servicios puesto no comparte actividad del taller.
dreacuper	3	1	Historiadora del arte, comparte contenidos de arte, pero no del taller aparentemente.
graficanectar	3	1	Proveedor de servicios de impresión.
alfonso.vi_	1	2	Grabador y otras prácticas como fotografía.
bastian_sr.azul	1	2	Morelia, Mich.
cat.atonico	1	2	
fernandezavalac	1	2	Grabado Morelia, Mich.
iveizta	1	2	CDMX.
pity_tagiras	1	2	Grabador.
soliloquio_visual	1	2	
sujeys_bs	1	2	Músico, Michoacán.
valerya_hernandez	1	2	Grabado y acuarela, Guanajuato México.
grabadorasmexicanas	3	2	Difusión de obra gráfica hecha por artistas mexicanas.

ANEXO 6. Instrumento de entrevista semi estructurada del capital social

1	Transformaciones	Generales	<p>Con el uso de las redes sociales ¿Qué ha cambiado en tus prácticas del grabado? De cómo te acercas a tu público, como expones tu trabajo, como difundes, como vendes, como creas, etc.</p> <p>¿Qué no es diferente? ¿Qué se sigue manteniendo exactamente igual?</p>
	Prácticas en el grabado	Cuestionamiento del problema	<p>Sabemos que el grabador tiene un proceso creativo de inspiración ¿Qué tanto las redes sociales se han convertido o no, en un elemento de inspiración para crear? (es decir, te dan ideas)</p> <p>Si no son las redes sociales ¿qué otros medios ayudan en este proceso?</p>
		Prácticas económicas	<p>¿Ha buscado a través de redes sociales convocatorias o becas?</p> <p>Si no es por este medio ¿Cómo buscarías las convocatorias o becas?</p>
			<p>¿Ha buscado a través de redes sociales financiación o patrocinios?</p> <p>Si no es por este medio ¿Cómo dicha financiación o patrocinio?</p>
2	Capital Social	Relacional	<p>¿Cómo te relacionas con otros artistas o grabadores/ museos y galerías/ proveedores de materiales/ periodistas, críticos de arte o expertos?</p> <p>¿Haz utilizado las redes sociales para vincularte con estos artistas o grabadores/ museos y galerías/</p>

		<p>proveedores de materiales/ periodistas, críticos de arte o expertos?</p>
	Normativa	<p>En tus redes sociales compartes tu trabajo con otros artistas o grabadores/</p> <p>Con museos y galerías/</p> <p>Con páginas de noticias, críticos de arte o expertos</p> <p>¿Eso para ti que tan beneficioso, o no, puede ser para tu labor como grabador? (te sirve, te perjudica)</p> <p>¿Existen esas reglas no escritas de cómo vincularse entre grabadores, de cómo comportarse en las redes sociales? ¿o cada quien va por su camino?</p> <p>(si uno expone el otro no)</p>
	Cognitiva	<p>¿Las redes sociales te han permitido conocer el trabajo de otros artistas?</p> <p>¿Las redes sociales te ha permitido ser aprendices de otros artistas?</p> <p>¿Las redes sociales le han funcionado para aprender de los artistas, las galerías u otros expertos como compartir o vender arte?</p>
	Confiabilidad del entorno social	<p>¿Utilizas alguna estrategia que te permita tener algún mayor control de trabajo cuando lo compartes en redes para evitar el plagio, para evitar que se roben tus ideas?</p> <p>¿ Te sientes tranquilo comprando materiales como papel o tintas a través de redes sociales?</p>

			¿Te sientes tranquilo vendiendo arte a través de las redes sociales?
		Institucional	(relacional) ¿Qué tan frecuente es que a través de las redes sociales generes proyectos en común con otros artistas o grabadores/ museos y galerías/ periodistas, críticos de arte o expertos
			(relacional) ¿El reconocimiento y fama que puedan tener tanto tú como otros grabadores michoacanos en redes sociales, le beneficia al grabado michoacano? ¿en lo particular te beneficia a ti?
			(normativa) ¿Cómo benefician las redes sociales a los grabadores en Michoacán?
			(normativa) ¿Cómo perjudican las redes sociales al grabado michoacano?
			(cognitivo) ¿Ha ayudado a través de las redes sociales a otro grabador michoacano a solucionar sus problemas?
			(cognitivo) ¿Ha usado las redes sociales para compartir conocimiento o instruir sobre grabado a otros grabadores michoacanos?
3	Otras preguntas	Relacional	¿Qué relación mantienes con la Facultad Popular de Bellas Artes?
			¿Cuál es tu relación con la SECUM dentro y fuera de las redes sociales?

ANEXO 7. Municipios de Michoacán de Ocampo

Los municipios que forman parte de la muestra para la encuesta están resaltados en negritas, y los municipios que practican grabado están subrayados.

001	Acuitzio	030	Ecuandureo	059	Nuevo Urecho	088	<u>Tarímbaro</u>
002	Aguililla	031	Epitacio Huerta	060	Numarán	089	Tepalcatepec
003	Álvaro Obregón	032	Erongarícuaro	061	Ocampo	090	Tingambato
004	Angamacutiro	033	Gabriel Zamora	062	Pajacuarán	091	Tingüindín
005	Angangueo	034	Hidalgo	063	Panindícuaro	092	Tiquicheo de Nicolás Romero
006	Apatzingán	035	La Huacana	064	Parácuaro	093	Tlalpujahuá
007	Aporo	036	Huandacareo	065	Paracho	094	Tlazazalca
008	Aquila	037	Huaniqueo	066	<u>Pátzcuaro</u>	095	Tocumbo
009	<u>Ario</u>	038	Huetamo	067	<u>Penjamillo</u>	096	Tumbiscatío
010	Arteaga	039	Huiramba	068	Peribán	097	Turicato
011	Brieseñas	040	Indaparapeo	069	<u>La Piedad</u>	098	Tuxpan
012	Buenavista	041	Irimbo	070	Purépero	099	Tuzantla
013	Carácuaro	042	Ixtlán	071	Puruándiro	100	Tzintzuntzan
014	Coahuayana	043	<u>Jacona</u>	072	Queréndaro	101	Tzitzio
015	Coalcomán de Vázquez Pallares	044	Jiménez	073	Quiroga	102	<u>Uruapan</u>
016	Coeneo	045	Jiquilpan	074	Cojumatlán de Régules	103	Venustiano Carranza
017	Contepec	046	Juárez	075	Los Reyes	104	Villamar
018	<u>Copándaro</u>	047	Jungapeo	076	Sahuayo	105	Vista Hermosa
019	Cotija	048	Lagunillas	077	San Lucas	106	Yurécuaro
020	Cuitzeo	049	Madero	078	Santa Ana Maya	107	Zacapu
021	Charapan	050	Maravatío	079	Salvador Escalante	108	<u>Zamora</u>
022	Charo	051	Marcos Castellanos	080	Senguio	109	Zináparo
023	Chavinda	052	<u>Lázaro Cárdenas</u>	081	Susupuato	110	Zinapécuaro
024	<u>Cherán</u>	053	<u>Morelia</u>	082	Tacámbaro	111	Ziracuaretiro
025	Chilchota	054	Morelos	083	Tancítaro	112	<u>Zitácuaro</u>
026	Chinicuila	055	Múgica	084	Tangamandapio	113	José Sixto Verduzco
027	Chucándiro	056	Nahuatzen	085	Tangancícuaro		
028	Churintzio	057	Nocupétaro	086	Tanhuato		
029	Churumuco	058	Nuevo Parangaricutiro	087	Taretan		