



Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Centro de Relaciones Internacionales

La economía del arte y el capitalismo cultural: la artesanía mexicana, clase y poder

T E S I S

Que para obtener el título de Licenciada en Relaciones Internacionales

PRESENTA

Yutzin Gómez Pacheco

Director: F. Alejandro Pedraza Cortés

BARUK



Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2020



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Para Angela Ferreiro, porque tú fuiste lucha, resistencia, feminismo y amor

Para Ale y Carlitos por formarme libre

Para Fernanda, porque no hay luz que ilumine más que tú, te admiro y te amo

*Y para les artesanxs, espero que este trabajo visibilice, aunque sea sólo un poco del borrado histórico
y la exclusión social, racial y estatal que ustedes, sus familias y su trabajo han sufrido.
Ustedes son los verdaderos artistas*

Agradecimientos

A Ale, por enseñarme de la bondad y darme todo el amor del mundo, tú eres la razón de las cosas lindas que soy

A Carlitos, porque no hay mejor maestro de vida, ni ser con tanta nobleza como tú

A unos **amigos** que, **durante cinco años, me han mostrado** tantas **formas** de ser feliz y me **han envuelto con su ímpetu de valentía, cariño, lucha, resistencia y sabiduría. Gracias por ser mi inspiración.** Cada **letra de este párrafo es en honor a la inicial de sus nombres, (j). Les amo**

A Alejandro Pedraza, porque no existe en el mundo un ser con tanta bondad e inteligencia como tú. Gracias por inspirar tantas cosas bellas en esta Universidad y por brindarme tu amistad

A mis sínodxs y en especial, a Rocío Arroyo Belmonte por sus palabras de aliento, por compartir su conocimiento y por construir en esta carrera temas innovadores, a Selene Romero, por ser inspiración en esta “A”cademia y a ambas por representar la lucha y resistencia contra el sistema patriarcal universitario. Y a José Carlos San Germán, por su paciencia y su gran trabajo de enseñanza para conmigo y con esta Facultad, que tu camino sea prospero estimado profesor

A Erika Aguilar Silva, porque entre tanta desigualdad y machismo en esta Universidad, tu labor como docente nos hace libres y nos da esperanza

A Marco Lopátegui, porque no hay alma tan pura como la tuya, gracias por tu constante y excelente labor académica y por el apoyo a todes les estudiantes, abrazos infinitos querido profesor

A Miguel V. Shelley, por todo su cariño y enseñanza

A Fernanda, por ser la mujer brillante que es y compartir conmigo y con el mundo su nobleza y conocimiento. Que la vida nos permita muchos años más

A Baruc Mayen, por el maravilloso diseño de portada para este trabajo y su amistad espontánea.

A unas tías, quienes me acuerparon, cuidaron, enseñaron y pelearon contra el sistema, el machismo y la violencia para que yo hoy pudiera estar aquí, Rebe y Lola, tienen mi amor y admiración por siempre. Sin olvidar a mi querido tío San, gracias por hacer las tareas junto a mí y por las risas durante la infancia, un pedacito de este grado es por ustedes.

A Gelita, por enseñarme que la bondad y el cariño en ti son reales. Te quiero

A Rebe N. por cuidar de mí y por su amistad cada vez más fuerte, te admiro

Y para un (A)mor, porque a pesar que no puedo poner tu nombre aquí, te agradezco infinitamente tu compañía, tu alegría y tu existencia

Esta tesis es para todas las mujeres que luchan en México cada día para que todas vivamos y vivamos siendo libres, y por y para todas aquellas que un día no lograron llegar vivas a casa, prometo nunca dejar de luchar por todas

Y para todas las artesanas que han sido borradas, yo las veo

*A esta Universidad porque a pesar de sus contradicciones de clase, sociales y políticas, me ha
brindado un espacio de resistencia*

*A Angela Ferreiro Ensastigüe porque todas tus luchas me trajeron hasta aquí, espero que en donde
estés, el lugar sea finalmente digno de ti. Te amo Abuelita*

Índice

<i>Introducción</i>	7
<i>Capítulo 1. Teorías de la Economía del Arte</i>	12
1.1 Las interdependencias del valor económico y el valor cultural en la teoría de David Throsby	12
1.2 Oferta, demanda y consumo del arte en la teoría de Bruno Frey	24
1.3 La cultura como capital en la teoría de Pierre Bourdieu.....	30
<i>Capítulo 2. Dominación y clase social en la historia del arte</i>	38
2.1 La historicidad de la economía del arte, su origen político y su desarrollo económico	38
2.2 El valor del arte como construcción simbólica de las clases: su desarrollo y evolución en el marco de la Guerra Fría.	56
2.3 Hegemonía, industria cultural y consumo: el folklore y las artesanías como constructo social	64
2.4 México y la economía del arte del siglo XX como parte de la reconfiguración política de su identidad nacional y el nacimiento del mercado del arte en territorio nacional.....	70
<i>Capítulo 3. La artesanía mexicana en el capitalismo cultural</i>	87
3.1 El mercado del arte en la actualidad.....	87
3.2 La institucionalización de la cultura en México como parte de los mecanismos multilaterales de cooperación para la construcción de un régimen legal internacional.....	99
3.3 La estructuración de las redes de poder a través de los paradigmas del mercado del arte	105
3.4 La artesanía, la hegemonía y la industria cultural: desigualdad, estratificación social y pobreza	111
<i>Conclusiones</i>	134
<i>Bibliografía:</i>	138
<i>Cibergrafía:</i>	139

El arte en México es indígena

Así, el sociólogo surgido de lo que se suele llamar el pueblo y que ha llegado a lo que se llama la élite sólo puede alcanzar la lucidez especial asociada con el extrañamiento social, denunciando la representación populista del pueblo que no engaña más que a sus autores, y la representación elitista de las élites, hecha precisamente para engañar tanto a los que pertenecen a ellas como a los que están excluidos.

Pierre Bourdieu

Introducción

El arte, como la sustancia del alma de la humanidad, posee la cualidad de desarrollar propiedades que se vuelven inherentes a la estructura social en las que ésta se organiza, porque el arte contiene en su esencia las formas intrínsecas de la individualidad; aprehende la apetencia de poder y se quiebra ante los intereses de clase para moldearse al deseo político.

Por ello, la complejidad del arte yace en su identidad y raíz cultural, en los cimientos sociales y en la estructura histórica sobre la que se sostiene; el arte no es complejo *per se*, sino que es el fruto de las construcciones sociales que emergen desde el fondo de las relaciones en colectividad y que nacen del interés de cada individuo. Así, la maleabilidad del arte les permite a las sociedades transformarlo en un objeto útil, ya sea de forma espiritual o material, para que los individuos puedan satisfacer las necesidades propias surgidas como parte de la estructura colectiva a la que representan.

Es así como la Economía del Arte, en sus dos formas, como disciplina y como estructura, resulta ser la construcción social que nace a partir de intereses colectivos que convergen en una élite que ha poseído por largo tiempo las capacidades y medios para dominar la producción, venta y contenido artístico, y aunque en un principio la Economía del Arte detentaba una intención de clase por demostrar poderío ante el resto de la comunidad, con el paso de los siglos se ha transformado en un mecanismo de control que se encuentra relacionado con el término *Soft Power*, mismo que ha sido explicado por Gramsci como parte de una estructura hegemónica y ha sido sustentado por Althusser como una interpelación ideológica, para después ser utilizado por Joseph Nye como parte de su análisis sobre las estructuras de poder.

Por ello, el arte, desde su lógica capitalista y a través de la estructura democrática-liberal sobre la que ahora sostiene su funcionamiento, ha generado un mercado en el que convergen las relaciones entre clases, pero se interponen los intereses de la élite. Así, la cultura ha logrado reposicionar y reestructurar su función como herramienta del sistema capitalista internacional, en donde el intercambio de bienes y servicios es la principal acción para el

dinamismo de las formas de capital y la acumulación del mismo, para finalmente lograr el fortalecimiento de una clase. Sin embargo, la cultura y todo aquel subproducto que se desprenda de esta estructura es resultado de las relaciones de poder que se configuran en un medio sociopolítico determinado. Por lo tanto, la cultura y el arte son construcciones políticas y herramientas sociales que detentan poder.

De esta manera, la evolución de la Economía del Arte configuró una reconstrucción del concepto de cultura y la inmersión de éste en nuevas categorías de estudio, como lo son el conjunto de análisis realizados sobre las industrias culturales y creativas; al igual que la diversificación de propuestas sobre nuevos productos incluidos en estudios recientes. Parte de la transformación del concepto de Economía del Arte incluye nuevas consideraciones conceptuales, como lo son *high culture* y *low culture*, que se encuentran ligadas a constructos sociales de clase que responden al cambio constante de las necesidades específicas del mercado y del sistema capitalista.

Por ello, las artesanías, como parte de la apropiación mexicana de su medio, son el reflejo del cúmulo de historia y conocimiento que esta sociedad ha estructurado para sus intereses a lo largo de su desarrollo, son fruto y resultado también de la lucha de clases interna y son la representación y consolidación de un arte nacional propio, que evidencia la realidad mexicana en distintas esferas de forma económica y social. Son el resultado de la búsqueda de la creación de una identidad nacional, y son uno de los mercados con mayor auge en el ámbito internacional, lo que le ha permitido a México materializar sus tradiciones y construir una fuente de generación de capital para la economía nacional.

Sin embargo, las artesanías, más allá del discurso oficial creado y distribuido por el Estado, son un reflejo de la desigualdad y son el producto y herramienta de un discurso político que busca estructurarse a través de la implementación de los estándares de una democracia neoliberal para así lograr integrarse en el sistema capitalista internacional que rige la coyuntura actual.

Es importante aclarar que, a pesar que las artes abarcan diferentes corrientes; esta investigación, con el interés de cumplir con los objetivos planteados, estudiará a las artesanías como el núcleo de su análisis y se centrará en las artes plásticas para su desarrollo general. Sin embargo, también se mencionarán artes no pertenecientes a dichas disciplinas, con el objetivo de complementar y ejemplificar la estructura histórica de la investigación.

Asimismo, se estudiará el impacto económico que ha tenido la Economía del Arte en el mercado internacional gracias a la masificación de los productos que ahora la constituyen; en el caso particular de México, se evocará al estudio de las artesanías debido a su importancia como rasgo de cultura y tradición.

La presente investigación busca fortalecer la inmersión de las Relaciones Internacionales como disciplina dentro de los estudios culturales y mostrar al arte y a la cultura como áreas de estudio en las que los internacionalistas toman lugar, al considerar a ambos como parte de las estructuras de poder internacionales, que se forjan a través de los procesos históricos y políticos de la sociedad internacional.

Como parte de la estructura teórica general de este trabajo, se utilizará el método deductivo a través de un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo para explicar la relación entre el arte y las ciencias sociales. De igual manera, es de suma importancia reconocer, para los fines de esta investigación, que el estudio de las Relaciones Internacionales no se fundamenta en una lógica de comercio y que nuestro objeto de estudio es la sociedad y los actores que la integran. Por lo que la presente no es una tesis sobre comercio internacional sino un estudio que retoma a la Sociología y a la Economía para desarrollar un análisis de carácter sociopolítico acerca de la cultura.

Por ello esta investigación se basa en tres objetivos principales:

El primero, demostrar la configuración y el núcleo político sobre los que se crea y se sostiene el arte como una estructura de poder para así mostrar a la cultura como una construcción simbólica para el fortalecimiento de una estructura hegemónica clasista que se sustenta bajo discursos de índole democrático con corte neoliberal.

El segundo, evidenciar la razón y el funcionamiento político y económico de la cultura dentro de México, para entender las redes de poder que se crean a partir de estrategias y actos políticos en torno a la cultura como parte del mecanismo de legitimación del Estado y como herramienta del mercado. Para ello, se explica la historicidad de la cultura como parte del fundamento para el análisis de corte sociopolítico y socioeconómico sobre el que se asienta esta investigación.

Y, por último, el tercero, analizar la conformación institucional y el funcionamiento económico de la cultura en México, tomando como caso particular de estudio a las artesanías. El análisis dentro de este último apartado se basa en la evaluación crítica de las políticas culturales aplicadas por el Estado mexicano en materia de cultura, para así constituir la última fase de esta investigación y realizar un análisis que pueda evidenciar el estado actual de la Economía del Arte en México. Este apartado hace una comparación analítica del mercado internacional de la cultura y el posicionamiento del mercado mexicano con la finalidad de evidenciar el papel de México en la economía del arte del siglo XXI.

Asimismo, la hipótesis que guía esta investigación es la siguiente:

En el sistema capitalista internacional, la cultura funge como mecanismo de legitimación de las acciones del Estado y de la élite que detenta el poder, formando marcos legales que normalizan, aprueban, protegen y reproducen un sistema de desigualdad; en el caso mexicano, impera esta forma como herramienta de mercado. En este sentido, la producción artesanal indígena es un campo que ha sido aprovechado por el gobierno mexicano a través de la creación de políticas públicas peritadas por instituciones de carácter estatal como el

FONART (Fondo Nacional para las Artesanías) con el objetivo de incrementar el capital estatal, mientras en el proceso legitima el clasismo, estratificación, pigmentocracia, racismo y la injusticia social.

Es por ello que la presente investigación busca estudiar y describir a las artesanías y a la Economía del Arte como parte de las ciencias sociales al ser propio de su análisis el cómo han modificado el significado del arte como herramienta de poder y lo han institucionalizado con éxito para formar parte del mecanismo de control de los gobiernos en el juego de poder del sistema internacional; así como el reformar el significado de la cultura y el arte como parte del mecanismo neoliberal para la producción de capital económico que ha sido dominado por un sector de la sociedad, que sirve y funge como armazón para la protección de intereses de clase.

La estructura que moldea esta investigación, obedece a los objetivos que la conforman: el primer capítulo enmarca el aparato teórico en el que se discuten diferentes líneas de investigación y pensamiento, teorizado a través de la Economía del Arte como disciplina y área de estudio, mismas que se contrastan con la comprensión de la sociología del aparato teórico bourdiano, para así configurar las bases sobre las que se fundamentan el segundo y tercer apartado.

En el segundo capítulo se desarrolla y explica al arte y a las artesanías como parte de los procesos históricos, que surgen a través de la consolidación de las conformaciones políticas y el ordenamiento capitalista. Asimismo, se presenta al arte como una herramienta de los grupos con poder, y se muestra como un medio de control con raíz y razón política y como una pieza fundamental de la generación de capital.

Finalmente, en el tercer capítulo se describe la culminación del proceso en el que la razón económica se impone a las razones políticas y significativas del arte mediante la comercialización plena en el capitalismo tardío para así absorberlo junto a todo proceso y resultado que de él emanen y transformarlo en un instrumento político y económico del Estado.

Capítulo 1. Teorías de la Economía del Arte

Introducción

Dentro este primer apartado se retoma la estructura teórica de David Throsby por su pragmatismo. Throsby encuentra entre la economía y la cultura vínculos de carácter social, y explica la complejidad de la Economía del Arte como resultado de un proceso histórico y cultural que termina por integrarse en un sistema capitalista internacional, que, a su vez, opera bajo dos lógicas, una lógica de mercado y otra social. Asimismo, Throsby integra a su estructura teórica una cuarta forma de capital que resulta fundamental para el desarrollo de esta investigación.

1.1 Las interdependencias del valor económico y el valor cultural en la teoría de David Throsby

La inmersión de la cultura y el arte dentro de la economía se construye a partir de los procesos más simples de interacción social. En realidad, surge desde la relación entre los investigadores y el medio cultural en el que se desarrollan, es decir, que a pesar que los procesos económicos son estudiados a partir de lógicas sistémicas basadas en la abstracción teórica y son acompañados por procedimientos sustentados en modelos matemáticos, el resultado del análisis cuantitativo de las leyes económicas, es guiado, en gran medida, por una predisposición cultural, misma que distingue en general a grupos sociales que comparten, costumbres, valores y tradiciones, dependientes del espacio territorial que habitan, y que además inserta en ellos construcciones ideológicas similares, lo que los hace individuos con patrones de pensamiento y acción semejantes.¹

La relación entre la cultura y la economía yace y se desarrolla desde las raíces en las que la comunidad académica se desenvuelve, ya que el medio, las personas, el ambiente y las relaciones entre las que cualquier individuo germina su vida, influyen sobre éste de manera directa o transversal; por lo tanto, ambas son el resultante de la naturalidad humana, de un

¹ Cfr., David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p. 23

ejercicio de análisis sobre su realidad, idea que David Throsby sostiene al explicar la relación entre la cultura y el arte en su libro, “Economía y Cultura.”²

Para el economista, será a partir de dicha justificación que los análisis económicos estarán fuertemente ligados y serán dependientes a un plano estrictamente cultural y social.³ La Economía de la Cultura y el arte en la actualidad basan su estudio en el conjunto de actores que contribuyen al proceso de mercantilización de la cultura, junto con las necesidades emergentes y cambiantes de un grupo de consumidores por la obtención de productos culturales. Además de ser un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que busca analizar las relaciones y estructuras de poder que existen y dominan al sistema conformado dentro del mercado internacional del arte, y que a partir de allí desglosan un conjunto de teorías que podrían dar explicación en un plano más amplio sobre la abstracción de éste.

De acuerdo con Throsby, a pesar de la relación estrecha que hay entre la economía y el arte, existe aún una ruptura teórica entre ambas, en donde las dos son separadas por ser consideradas como pertenecientes a campos de estudio opuestos y que no resultan en ningún sentido complementarios. Esto ha llevado a la cultura, y por ende al arte, a deslindarse del concepto de crecimiento y desarrollo económico y social. En realidad, dentro del sistema globalizado que caracteriza a la sociedad internacional actual, la nueva percepción sobre el desarrollo ha abierto paso para que el arte y la cultura sean considerados como parte del crecimiento y desarrollo económico de las naciones, sobre esto, Throsby escribe:

A escala agregada podríamos observar la influencia de la cultura en los resultados macroeconómicos medidos según indicadores de eficacia como la tasa de crecimiento del PIB per cápita, las tasas de cambio tecnológico, los niveles de empleo, los índices y direcciones del cambio estructural, etc., y según indicadores de equidad, tales como los patrones de distribución de la renta, los programas de bienestar social [...], la oferta de servicios comunitarios y la voluntad de establecer programas de inversión pública a largo plazo.⁴

² *Ídem.*

³ *Ídem.*

⁴ *Ibidem*, p. 76

Estos son sólo algunos ejemplos de los factores y niveles en los que la cultura y el arte han permeado en las estructuras económicas del sistema internacional. Throsby desarrolla una construcción teórica basada en el entendimiento y estudio de la cultura como una forma de capital. De acuerdo a su explicación, en la economía existen tres tipos de capital reconocidos: el primero es el capital físico, que refiere a la existencia de bienes reales como edificios y maquinaria, mismos que a su vez contribuyen a la producción de otros bienes; el segundo refiere al capital humano, que es el aporte de productividad, comportamiento y desenvolvimiento que proporcionan las personas como factores de cambio dentro de una estructura; y el tercero es el capital natural, es decir, el conjunto de recursos obtenidos de la naturaleza y a través de los cuales se inician los procesos de producción para la obtención de los productos.⁵

Sin embargo, de acuerdo con David Throsby, existe un cuarto tipo de capital: el capital cultural. Si bien no es reconocido ni considerado de forma general en el campo de la Economía, para los fines de esta investigación, el capital cultural representará la pieza clave para analizar el desarrollo de la Economía de la Cultura y de la Economía del Arte.

El capital cultural, de acuerdo con Throsby, plantea la explicación y análisis de procesos sociales y económicos como resultado de una relación simbiótica entre ambas categorías en las que el desarrollo y evolución de éstas depende y afecta a su contraparte. Throsby propone a la Economía de la Cultura y el Arte como el resultado de la coalición entre lo social y lo económico; por lo tanto, la Economía del Arte, desde la perspectiva propuesta, resulta ser la unión de los procesos sociales que permean en las estructuras económicas internacionales, y por ello, de acuerdo con el economista: “el capital cultural es la parte de valor cultural encarnado en un activo (bien). Esta acción puede a su vez dar lugar a un flujo de bienes y servicios a lo largo del tiempo, [...] y el activo puede existir en forma tangible o intangible.⁶ Para Throsby el capital cultural depende en gran medida de una serie de factores sociales y

⁵ *Cfr.*, David Throsby, “Cultural Capital”, *Journal of Cultural Economics Capital*, núm. 23, s/ vol. Sídney, Australia Department of Economics, Macquarie University, 1999, pp. 3-12

⁶ David Throsby, “Cultural Capital”, *Journal of Cultural Economics Capital*, núm. 23, s/ vol. Sídney, Australia Department of Economics, Macquarie University, 1999, pp. 3-12

culturales que repercuten de forma directa en el valor total de un bien en específico que interactúa en un espacio económico.

Throsby propone esta idea de capital cultural para después desarrollar ecuaciones capaces de calcular el valor económico de todos los bienes culturales pertenecientes a la Economía del Arte. A partir de un valor cultural y como productos dentro de un mercado. Por ello, divide en categorías específicas los tipos de capital cultural, a continuación, se muestran y explican ambos modelos de capital cultural que Throsby establece:

Cuadro 1. Modelos de capital cultural de Throsby

Tipo de capital cultural de acuerdo con David Throsby	Explicación y ejemplo
Capital cultural tangible	<p>El capital cultural tangible es aquel que existe de forma material, como edificios, estructuras, sitios y lugares determinados dotados de un significado cultural (comúnmente llamados “patrimonio cultural”). También se incluyen dentro de esta categoría a las obras de arte y artefactos existentes como pinturas, esculturas, y otros objetos.</p> <p>Estos activos de capital cultural, a su vez, dan lugar a un flujo de servicios, que pueden ser consumidos como bienes privados o públicos y pueden contribuir a la producción de nuevos bienes y servicios.</p>

Capital cultural intangible	<p>El capital cultural intangible abarca la serie de ideas, practicas, creencias, tradiciones y valores que sirven para identificar y dotan de identidad a un determinado grupo de personas. También cuentan con la capacidad de crear un nuevo flujo de servicios que puede formar parte de una cadena de consumo.</p> <p>e. g. La celebración de festivales, ferias, el festejo de Día de Muertos en México, etc.</p>
-----------------------------	---

Elaboración propia con datos de: David Throsby, "Cultural Capital", Journal of Cultural Economics Capital, núm. 23, s. vol. Sídney, Australia, Department of Economics, Macquarie University, 1999, pp. 3-12

Sin embargo, ya sea capital cultural tangible o intangible, Throsby desarrolla y sostiene la idea de que existe un valor económico a partir de la preexistencia de que un valor cultural se encuentra inherente a la estructura y significado de la obra o del activo en cuestión. En este sentido, el capital cultural, cualquiera que sea su naturaleza puede tener ambos valores; cultural y económico, y ambos tienen una relación cercana; tanto, que cada uno tiene la capacidad de afectar o cambiar el valor del otro.

A continuación, se presenta la primera ecuación simple para calcular el valor total del capital cultural, de acuerdo con la primera explicación de David Throsby:

Siendo:

Vc = valor cultural
 Ve = valor económico
 Cc = capital cultural

Entonces:

$$Cc = \sum (vc + ve)$$

También, de acuerdo al economista, la producción de capital cultural de una entidad determinada, sea pública o privada, depende de factores internos y externos que influyen de forma constante en las variaciones de la producción y mantenimiento de capital cultural; todo ello responde también al papel que tiene el capital cultural dentro de la esfera de desarrollo y crecimiento económico, por ello, Throsby propone la siguiente ecuación para determinar la producción y mantenimiento del capital cultural de un ente o estructura determinada:

En donde:

k_{t+1}^c = producción y mantenimiento de capital cultural

t = periodo de tiempo determinado

K_t^c = acciones heredadas a la entidad de capital cultural en un tiempo determinado

I_{mt}^c = inversión de mantenimiento

d_t = depreciación de las acciones de capital

I_{nt}^c = nueva inversión

Entonces:

$$k_{t+1}^c = K_t^c + (I_{mt}^c - d_t K_t^c) + I_{nt}^c$$

La ecuación anterior define el costo resultante de la producción y mantenimiento del capital cultural dentro de una economía específica; y entonces, el capital cultural forma parte esencial de una estructura económica general y debería integrarse entre las demás formas de capital.⁷ De igual manera, Throsby explica que más allá de los valores primarios con los que cuenta el capital cultural ($vc + ve$), existen una serie de valores adicionales que también influyen y determinan el valor total de este capital. Estos emanan de la sociedad que las encarna y se fortalecen con la estructura de producción, valorización, circulación y consumo en la que se desarrollan.

Dentro de este contexto teórico, el fortalecimiento de los lazos entre la sociedad y el consumo ha permitido que la adquisición de bienes y productos culturales sea parte de la cotidianidad

⁷ *Ídem*, p. 9

de la vida en comunidad, es una acción que inicia de forma individual para satisfacer necesidades pero que termina por convertirse en una operación colectiva con resultados favorecedores en materia económica. En contraste con la mayoría de productos comerciales, una de las principales características y parte de la complejidad para determinar el valor total de los productos y bienes culturales de este mercado, es la suma o el conjunto de sus valores.

Para Throsby, dichos elementos son de gran importancia, al ser factores que explican no sólo el proceso de valoración de dichos productos, sino su papel en el mercado internacional y el rol que juegan dentro de las vidas de los individuos en sociedad. Dichas características trascienden los estándares de valorización comunes para permitir a los productos culturales significarse como parte de la formación y cambio de la sociedad, pudiendo permear en distintas esferas de la vida social. Es aquí cuando a los valores primarios de la primera ecuación simple para determinar el valor del capital cultural que ofrece Throsby, se adhieren a un conjunto de elementos de carácter social.

A continuación, se enlistan los valores que, de acuerdo a Throsby, abarcan y forman parte del valor cultural e influyen en el precio total del activo:

- Valor estético: sin intentar descomponer más la elusiva noción de valor estético, podemos al menos buscar las propiedades de la belleza, armonía, forma y otras características de la obra como componente reconocido de su valor cultural.
- Valor espiritual: este valor se podría interpretar en un contexto religioso formal, de manera que la obra tenga una importancia cultural especial para los miembros de una fe religiosa.
- Valor social: la obra puede aportar una sensación de conexión con los demás, contribuyendo a una comprensión de la naturaleza de la sociedad en la que vivimos y una sensación de identidad y lugar.⁸
- Valor histórico: [...] cómo (la obra) refleja las condiciones de vida que se daban en el momento en el que fue creada, y cómo ilumina el presente proporcionando una sensación de continuidad con el pasado.
- Valor simbólico: las obras de arte y otros objetos culturales son depositarios y proveedores de significado. Si la interpretación que un individuo hace de una obra de arte supone la extracción de significado, entonces el valor simbólico abarca la naturaleza del significado aportado por la obra y su valor para el consumidor.

⁸ Al contrario del argumento del autor, habría que entender que la categoría “espiritual” no necesariamente tiene una alusión religiosa

- Valor de autenticidad: este valor hace referencia al hecho de que la obra sea la pieza de arte real, original y única que supuestamente es. Hay poca duda de que la autenticidad y la integridad de una obra tienen valor identificable *per se*, adicional a las otras fuentes de valor enumeradas.⁹

A partir de estos, para determinar el valor absoluto del capital cultural o de un activo cultural, se tendría que considerar los valores relativos que la construyen:

Siendo:

V_e = Valor económico

V_c = valor cultural

V_{eo} = valor estético

V_{el} = valor espiritual

V_s = valor social

V_h = valor histórico

V_{so} = valor simbólico

V_{ad} = valor de autenticidad

Entonces:

$$V_c = \sum (V_{eo} + V_{el} + V_s + V_h + V_{so} + V_{ad})$$

$$\therefore \text{Valor absoluto del capital cultural} = V_e + V_c (\sum V_{eo} + V_{el} + V_s + V_h + V_{so} + V_{ad})$$

Dichas ecuaciones resultarán esenciales para esta investigación, ya que será a partir de la metodología que David Throsby plantea, que se generará un aparato argumentativo para determinar el valor de las artesanías como principal objeto de estudio dentro del mercado del arte.

Asimismo, para satisfacer parte de los fines y objetivos particulares de esta investigación; se utilizarán algunas definiciones de Throsby para puntualizar una serie de conceptos; el primero será el de la *cultura*. A pesar de que existen múltiples significados y usos con los que este sustantivo es definido y que el propio autor menciona, se utilizará la segunda definición que otorga Throsby a este concepto en su libro “Economía y Cultura”; en el que se describe a ésta como “las actividades emprendidas por las personas y los productos de dichas actividades, que tienen que ver con los aspectos intelectuales, morales y artísticos de

⁹ David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p. 44

la vida humana.”¹⁰ Para entender mejor la descripción que proporciona el autor, se adhieren al concepto de cultura las siguientes características:

- Que las actividades aludidas implican alguna forma de creatividad y producción,
- Que hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico, y
- Que su producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual.¹¹

Las especificaciones anteriores explican parte del proceso evolutivo por el que el arte y la cultura fueron integrándose a la economía internacional, lo que permitió que distintos productos, clasificados dentro de esta rama, fueran incluidos en sus estudios. De esta forma, se adhiere, respondiendo a dicha necesidad el término *Industrias Culturales*, que fue el resultado de tal proceso. Éste surge por primera vez en 1940, acuñado por la Escuela de Frankfurt. De acuerdo al Informe sobre la Economía Creativa de 2013 de la UNESCO, la Escuela de Frankfurt¹² denunció la mercantilización y masificación del arte y de la cultura como una forma de legitimación ideológica de las sociedades capitalistas.¹³ Sin embargo, en la actualidad, este concepto hace referencia a “las formas de producción y consumo cultural que tienen un elemento expresivo o simbólico en su núcleo.”¹⁴ Para esta investigación se tomarán en cuenta ambas definiciones.

De igual forma, el rápido desarrollo y crecimiento del modelo económico neoliberal, que comenzó a regir los procesos internacionales de intercambio y venta de bienes y servicios, permitió que nuevas tecnologías y recursos formaran parte del cambio que comenzaba a surgir. Así nacen como una parte complementaria de la sustancia del contenido que caracterizaba a las *Industrias Culturales*, las denominadas *Industrias Creativas*, que de acuerdo a este mismo informe, pueden ser definidas de la siguiente manera: “[las industrias

¹⁰ *Ibidem*, p. 18

¹¹ *Ídem*.

¹² *Cfr.*, Max Horkheimer y Theodor Adorno, *Dialéctica de la ilustración, s/lugar*, Simanca ediciones 1994, p. 166

¹³ *Cfr.*, UNESCO, *Informe Sobre la Economía Creativa 2013*, [en línea], Nueva York, Estados Unidos, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2013, Dirección URL : <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>, [consultado el 11 de noviembre de 2018]

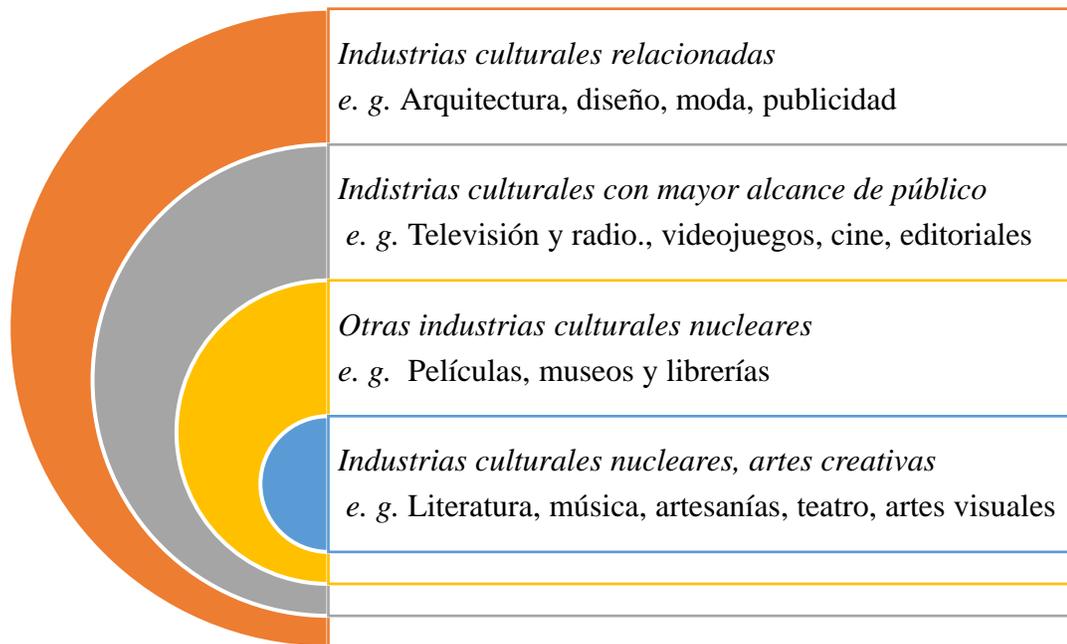
¹⁴ *Ídem*.

creativas son] un conjunto productivo mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las *Industrias Culturales*, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software.”¹⁵ Ambos conceptos son de suma importancia, ya que es dentro de la categoría de *Industrias Culturales*, en la que se incluyen a las artesanías como parte de un conjunto de productos artísticos que son vendidos y recibidos con gran aceptación en el mercado a nivel internacional.

Sobre lo anterior, David Throsby ofrece un modelo de consumo cultural en el que se dividen a las industrias culturales por su naturaleza y por su alcance al público en general. El esquema de los *Círculos Concéntricos* representa la división estratificada de las industrias culturales por su nivel de presencia y alcance. De acuerdo al economista, las industrias culturales nucleares (ubicadas al centro del esquema) son aquellas que necesitan de la subvención pública (gobierno) o privada (empresas, etc.), ya que éstas no representan el mercado principal para los consumidores. El segundo nivel abarca otro tipo de industrias culturales, que si bien, son nucleares, éstas cuentan con un nivel más elevado de consumo; el tercer nivel incluye a las industrias culturales con mayor alcance al público, como lo son la radio, la televisión y los videojuegos y, por último, se encuentran en el cuarto nivel, las industrias culturales relacionadas; como diseño, moda y publicidad. A continuación, se aprecia el modelo de los círculos concéntricos:

¹⁵ *Ídem.*

Esquema 1. Los círculos concéntricos de David Throsby



Elaboración propia con datos de David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001

De acuerdo al esquema de David Throsby, las artesanías forman parte del compendio de productos que integran a las industrias culturales nucleares, lo que indica que éstas no cuentan con gran alcance en el mercado, por ende, su producción deberá estar acompañada de un nivel de subsidio de procedencia pública o privada. Se afirma entonces que las artesanías, su producción y el mercado derivado de ellas, se encuentran clasificados como parte de la estructura de productos incluidos en las industrias culturales y que éstas han generado un espacio comercial aprovechando siempre y al máximo sus ventajas dentro del mercado, al contar con características culturales de gran valor, ya que son parte de la historia, las prácticas y tradiciones de la sociedad mexicana.

En este sentido, la concepción de Throsby es compatible con las definiciones ofrecidas por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO) con respecto a las artesanías. La primera hace referencia directa al valor cultural que recae sobre éstas y que se ha mencionado con anterioridad; la segunda, centra su atención

en las características de las artesanías como artículos elaborados a partir de un interés tanto colectivo como individual por obtener ganancias económicas de aquel cúmulo de tradiciones de las que provienen y en las que se encuentran inmersos los artesanos. Por lo tanto, y de acuerdo a la UNESCO:

La artesanía es una expresión artística cuyos cimientos descansan en las tradiciones de una comunidad. Su base es la transmisión del conocimiento a través de generaciones, muchas veces en forma oral, por lo que lo conecta por una parte, con el patrimonio inmaterial. La artesanía contemporánea colinda también con las industrias creativas: dada la apertura de la sociedad a adquirir objetos de valor simbólico, la artesanía ha logrado adaptarse a nuevas formas, creando innovadores productos que reflejan a cabalidad la creatividad y el patrimonio cultural de sus creadores.¹⁶

Por otro lado, la segunda definición de artesanía abarca el carácter económico y comercial con el que éstas son dotadas en la contemporaneidad como parte del sistema capitalista internacional:

Según la definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" (Manila, 1997), los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.¹⁷

También, como partes indispensables del proceso de creación de las artesanías y para los fines de esta investigación, sus creadores, denominados artesanos, pueden ser definidos como el conjunto de personas que cuentan con un grado de conocimiento técnico que ha sido transmitido a ellos como parte de una herencia cultural, que puede ser o no de linaje familiar, y que a su vez les permite contar con habilidades manuales que requieren de un largo proceso

¹⁶ UNESCO, *Artesanía y Diseño*, [en línea], Santiago, Chile, Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe, Dirección URL: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>, [consultado el 12 de noviembre de 2018]

¹⁷ *Ídem*.

de aprendizaje. Asimismo, los artesanos y su proceso creativo serán considerados vitales y únicos en el proceso de producción artesanal.¹⁸

El primer apartado resulta esencial para esta investigación, ya que aporta los primeros elementos teóricos y matiza las ecuaciones y conceptos clave. En el siguiente apartado, se realizará una comparación entre las aportaciones de David Throsby y la estructura teórica de Bruno Frey a fin de crear marco comparativo que fortalezca el aparato teórico.

1.2 Oferta, demanda y consumo del arte en la teoría de Bruno Frey

En este segundo punto se retoma al economista, Bruno Frey como una segunda aportación teórica de la Economía del Arte. De acuerdo a Frey, la industria y el mercado del arte desarrollan una estructura teórica propia, ya que no siguen ni puede aplicarse sobre ellos las leyes generales de la Economía, debido a que este campo de estudio está formado y depende del ejercicio de toma de decisiones de un sector conformado por grupos de actores. Sin embargo, Frey también sostiene que la elección racional de los sujetos termina por quebrantarse, y que por lo tanto, el mercado del arte es endeble e impredecible.

A diferencia de la construcción teórica de David Throsby; Bruno Frey desarrolla toda una concepción de la Economía del Arte y del mercado del arte a partir de la ley general de la oferta y la demanda, pero sobre todo considera a la cultura y al arte como mecanismos comerciales que parten y dependen del ejercicio racional de la toma de decisiones de los agentes que intervienen en dicho proceso. De esta forma, los individuos son el eje central de su explicación teórica, ya que de ellos y de sus decisiones dependerán directamente los precios fijados a los productos, los canales de venta y producción y demás factores que se incluyen en esta industria.

¹⁸ UNESCO, *Artesanía y Diseño*, [en línea], Santiago, Chile, Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe, Dirección URL: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>, [consultado el 12 de noviembre de 2018]

Por lo tanto, en cuanto a la relación entre el arte y la economía, Bruno Frey expone en dos puntos el vínculo análogo entre ambas:

Las nociones de «economía» y «arte» pueden combinarse de dos formas muy distintas:

1. Indicando el análisis de aspectos económicos o materiales de actividades artísticas, y llevado al extremo, de las transacciones monetarias en el arte; y
2. Sugiriendo la aplicación al arte de la metodología «económica», o más bien, del método de la «elección racional».¹⁹

De esta forma, la economía y el arte, pensados cada uno y de manera recíproca como parte complementaria de sus procesos individuales, crean para ellos y para su correcto funcionamiento, conexiones que de forma práctica y teórica resultan ser necesarias para estudiar el sistema económico internacional actual, en el que la cultura y el arte se han desplazado hacía un plano central. Así, Frey argumenta que el protagonismo del ámbito de las artes y la cultura se encuentra hoy en día fusionado a la teorización económica para su análisis. El autor indica que la relación entre el arte y la economía es evidente y no requiere una justificación detallada, pues encontramos estos hábitos en la actividad humana íntimamente entrelazados en la realidad cotidiana. Ejemplos como el apoyo estatal a las artes o las donaciones económicas a los museos, dan muestra de ello.²⁰

Por otro lado, para Frey, una de las mayores ventajas con las que cuenta la Economía del Arte es su capacidad de ser analizada desde perspectivas multidisciplinarias y enfoques teóricos distintos, lo que puede arrojar variaciones y contradicciones, de acuerdo al estudio y tipo de análisis que se genere. Sin embargo, una de las propiedades principales de la Economía del Arte es el enfoque de la elección racional de los individuos como consumidores de cultura y arte. Sobre esto Frey escribe:

La razón es que los aspectos materiales o monetarios del arte también pueden tratarlos otras ciencias sociales. Las características más distintivas de la Economía del Arte se perderían si se redujeran a la relación mutua entre la economía y el arte. Lo que hace que la Economía del Arte sea diferente de otros enfoques es su visión basada en la creencia de que el

¹⁹ Bruno Frey, *La Economía del Arte*, Barcelona, España, La Caixa, s/año, p. 33

²⁰ Cfr., Bruno Frey, *La Economía del Arte*, Barcelona, España, La Caixa, s/año, p. 33

comportamiento de los individuos es racional, así como en que las comparaciones institucionales son útiles.²¹

Sin embargo, las bases del análisis que realiza Frey sobre la Economía del Arte yacen en realidad sobre una lógica contraria a la metodología neoclásica dominante. Para Bruno Frey existen ciertos factores de naturaleza social y psicológica que permean en el mercado y la industria formada a partir del arte, y que desafían la premisa principal de su argumento sobre la elección racional; sobre todo para la maximización de las ganancias. A pesar de que Frey también ofrece una serie de ecuaciones para calcular valores culturales, en realidad su explicación se fortalece a partir del siguiente argumento:

Es importante considerar en ciertos casos los aspectos psicológicos. La existencia de anomalías de comportamiento sugiere que, en ciertos aspectos, los humanos se apartan sistemáticamente en situaciones reales de lo que predice el análisis de la elección racional (es decir, parecen no maximizar su utilidad esperada).²²

Por lo que se explica, a pesar de que existen ciertos parámetros en la Economía del Arte para determinar valores en el mercado y estudiar el comportamiento de sus actores, existe un grado de desconocimiento y un margen de error, en donde las normas aplicadas no serán respetadas. Frey explica también la importancia de la existencia de la Economía Política de las Artes, ya que será a partir de esta intervención y de la presencia de una esencia política, que se derivarán relaciones de poder, así como subvenciones de eventos artísticos que fortalecerán y favorecerán la economía derivada del mercado de la cultura y del arte.²³

Sin embargo, el enfoque principal en el que se basa para argumentar la posición y el papel de la cultura dentro de la economía sí se encuentra enfocado en principios básicos que rigen la relación entre ambos. Sobre ello, Bruno Frey explica lo siguiente:

²¹ *Ibidem*, p. 36

²² *Ibidem*, p. 17

²³ Bruno Frey, *La Economía del Arte*, Barcelona, España, La Caixa, s/año, p. 19

El enfoque económico aplicado al arte se centra en el hecho de que siempre existe escasez de recursos, de capital, de trabajo, de recursos naturales y medioambientales, de tiempo y de potencial físico y psíquico de las personas. Esto supone una distinción fundamental de la Economía del Arte frente a otros estudios del arte, tales como la Teoría Estética y la mayor parte de la Historia del Arte, que no se ocupan de la escasez.”²⁴

Desde esta visión económica que brinda Frey para estudiar al arte se extraen también los siguientes puntos en los que se deducen particularidades que son consideradas por los estudios económicos, mismos en los que se retoma la teoría de la elección racional y se simplifica la función práctica de la economía en el medio creado por la industria del arte:

- Primero, lo que es arte es definido por los individuos y no por consideraciones exógenas o por los expertos en materia de arte;
- Segundo, no hay arte «bueno» y arte «malo»;
- Tercero, lo que se considera arte cambia a lo largo del tiempo y difiere, según las personas, como resultado de cambios en las restricciones; es decir, es un concepto dinámico; y
- Cuarto, las diferentes condiciones institucionales afectan a las restricciones de los individuos y por ende al concepto de arte.²⁵

A partir de ello, el enfoque económico con el que se analiza al arte y a la cultura se configura de una manera mucho más comercial, lo que permite que la formación del análisis sobre la industria del arte y la cultura puedan realizarse con métodos no sólo cualitativos, sino que también se integran estudios cuantitativos que pueden medir el impacto de dicha industria de diversas formas. Para Frey, el precio de los objetos de arte o de espectáculos artísticos, el sueldo de los artistas, la rentabilidad de alguna clase de exhibición e incluso el financiamiento del gobierno en el arte, son sólo algunos de los elementos que se ven involucrados en el análisis económico que se extrae de la cultura:

La disposición a pagar de los individuos es a menudo directamente observable en el precio pagado por los objetos de arte, por ejemplo, en subastas de pintura, o en el precio pagado por una entrada para asistir a un acontecimiento cultural [...], es decir, midiendo cuánto están dispuestos a gastar en tiempo y dinero para acercarse al acontecimiento artístico; o también evaluaciones tomadas del entorno de mercado, como cuando se mide la disposición a pagar por el arte a través de los mayores precios inmobiliarios en una zona monumental, *coeteris paribus*.

²⁴ *Ibidem*, p. 39

²⁵ Bruno Frey, *La Economía del Arte*, Barcelona, España, La Caixa, s/año, pp. 40-41

Aunque estos métodos a veces no son fáciles de aplicar, proporcionan una imagen cuantitativa útil de lo que los individuos de una sociedad consideran como arte.²⁶

Por ello, y en comparación a la perspectiva de David Throsby; Frey presenta una opción diferente apegada a un marco con enfoque de elección racional y económico-comercial para medir el valor de los productos y propiedades culturales. Es importante mencionar que ambas perspectivas y enfoques serán útiles para desarrollar el contenido del segundo capítulo en el que se estudia a la Economía del Arte como una construcción social de clase que tiene a su vez repercusiones en la economía internacional y se consolida como un nicho de mercado con gran rentabilidad.

En este contexto, para toda decisión racional, es indispensable una previa estimación del valor del patrimonio cultural comparado con las alternativas pertinentes. Y para estimar ese valor debe tomarse en cuenta que hay valores del arte que no se reflejan en el mercado. Las dimensiones públicas del arte incluyen al menos las siguientes variables:

- un «valor de existencia» (la población se beneficia del hecho de que la cultura exista, incluso si algunos de sus individuos no toman parte en ninguna actividad artística);
- un «valor de prestigio» (porque determinadas instituciones contribuyen a un sentimiento de identidad regional o nacional);
- un «valor de opción o elección» (la gente se beneficia de la posibilidad de asistir a estos acontecimientos culturales incluso si no llegan a hacerlo realmente);
- un «valor de educación» (el arte contribuye al refinamiento de los individuos y al desarrollo del pensamiento creador de una sociedad); y
- un «valor de legado» (las personas se benefician de la posibilidad de legar la cultura a generaciones futuras, aunque ellas mismas no hayan tomado parte en ningún acontecimiento artístico).²⁷

²⁶ *Ídem*

²⁷ Bruno Frey, *Op. Cit.*, p. 174

Para Frey existe también una ecuación general para calcular un estimado del valor de lo que él llama patrimonio cultural, a lo que David Throsby denomina como capital cultural, por lo que desde la visión de Frey existen nuevas variables, en donde:

V_e = valor de existencia

V_p = valor de prestigio

V_e = valor de elección u opción

V_{eo} = valor educativo

V_l = valor de legado

Entonces, el valor absoluto (V_a) del patrimonio cultural para Bruno Frey se calcularía de la siguiente manera:

$$V_a = \sum (V_e + V_p + V_e + V_{eo} + V_l)$$

Lo anterior sin considerar su premisa sobre la elección racional de los individuos como agentes de cambio en todos los procesos que se desenvuelvan y ocurran dentro de este mercado.

Por los factores anteriores, Frey presenta un enfoque diferente del papel del arte en la economía, al plantear una nueva forma de calcular el valor total de los activos culturales y al desarrollar el argumento de la elección racional, para después desafiarlo al comprobar que la Economía del Arte es endeble por naturaleza; que existen tanto factores como actores que la vulneran y cambian de forma constante, por lo que no hay leyes o ecuaciones matemáticas que expliquen del todo las variaciones que ocurren dentro de su estructura y que por ende toda ecuación matemática y explicación teórica funcionan como modelos para el análisis cuantitativo de la Economía del Arte, pero al ser parte del estudio de las ciencias sociales, los modelos matemáticos son aplicados como guía y no como ley.

Es importante explicar que la elección de este primer enfoque en la estructura teórica de esta investigación es con el fin de explicar a la cultura desde su raíz económica, asimismo se

presentan estas teorías ya que cumplen una función discursiva y pueden contribuir a la reproducción de concepciones hegemónicas, tales como alta cultura versus culturas tradicionales. Sin embargo, a largo del trabajo, se desarrollan dos estructuras más, la sociológica y la política.

1.3 La cultura como capital en la teoría de Pierre Bourdieu

En este apartado es esencial introducir uno de los pilares teóricos sobre los que se fundamenta esta investigación y que será mencionado en gran parte de la misma. Pierre Bourdieu realiza una de las estructuras teóricas de carácter sociológico sobre la cultura y el arte más sofisticadas en las Ciencias Sociales, por ello es que incluso Throsby lo toma como un punto de referencia para crear un nuevo significado de capital cultural y por lo que su configuración teórica representará una de las piezas clave para esta investigación.

Para aquello que Bruno Frey denomina como *anomalías en el sistema*, es decir, los factores sociopolíticos y elementos evidentes que forman parte de su explicación teórica sobre la Economía del Arte y que no pueden ser explicados con modelos matemáticos; el economista plantea un tercer pilar para deducirlos desde una perspectiva sociológica y en la cual recurre a la teoría Bourdiana.

De acuerdo a Bourdieu, en la compleja estructura que representa la cultura, existe un sistema de jerarquización social que se fortalece a través de la adquisición de capitales. Sin embargo, tanto la distribución como la obtención de éstos, están sometidos dentro de un espacio social determinado o campo, en el que a su vez existe un juego de lucha de clases, en donde el poder y las oportunidades de la apropiación de capitales no son de ninguna forma igualitarias; por lo tanto, tampoco el consumo de bienes culturales, el entendimiento o el goce de la cultura en general lo son.²⁸ Para Bourdieu la cultura se encuentra cimentada sobre un sistema de desigualdad que se fortalece con la permanencia del dominio de una clase dominante.²⁹

²⁸ Cfr., Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*, Argentina, Siglo XXI editores, 2010, s/ edición, p. 235

²⁹ *Ídem*.

Para explicar a la cultura como una estructura social, Bourdieu plantea un esquema de codificación sobre el que se explican las reglas y patrones de consumo de la producción cultural y la diferenciación entre clases. Esta es una de las premisas principales sobre las que se fundamenta la estructura teórica de Bourdieu, ya que explica el consumo de bienes culturales a partir de la jerarquía existente en el sistema de clases sociales. Para Bourdieu existe un campo que alberga a una clase dominante, una clase élite, cuya responsabilidad es mantener el orden y los patrones de consumo para sí y para el resto de las clases. Además de consagrarse a sí mismos como los valuadores y compradores del arte legítimo, así como los productores de todas las formas de cultura y arte valioso.³⁰ Sobre ello, Bourdieu explica:

Contra la ideología carismática que considera los gustos en materia de cultura legítima como un don de la naturaleza, la observación científica muestra que las necesidades culturales son producto de la educación: la investigación establece que todas las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etcétera) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligadas al nivel de instrucción (evaluado según el título escolar o el número de años de estudios) y, en segundo lugar, al origen social.³¹

Por lo tanto, el consumo de bienes culturales y las prácticas culturales que cada individuo realice, están determinadas por dos factores elementales: el origen social del individuo, que define también su ingreso económico y el nivel de instrucción, es decir, el tipo y el grado de educación que lo ha formado. Ambos elementos son esenciales para categorizar a los individuos en una clase social, y una vez que la clase es definida se les permite el acceso a diferentes códigos de educación, cultura, goce artístico, etcétera. A partir de ello, Bourdieu explica la existencia y el funcionamiento de un sistema cultural que encripta códigos o “ventajas de clase” diseñado por y para cada clase social.

Para el sociólogo francés, cada individuo, de acuerdo a su clase social, contará con ciertas características: un tipo y nivel de conocimiento, capacidad de adquisición, relaciones de poder, ser acreedor a diferentes tipos de capital, entre otros. Estos elementos, le permitirán,

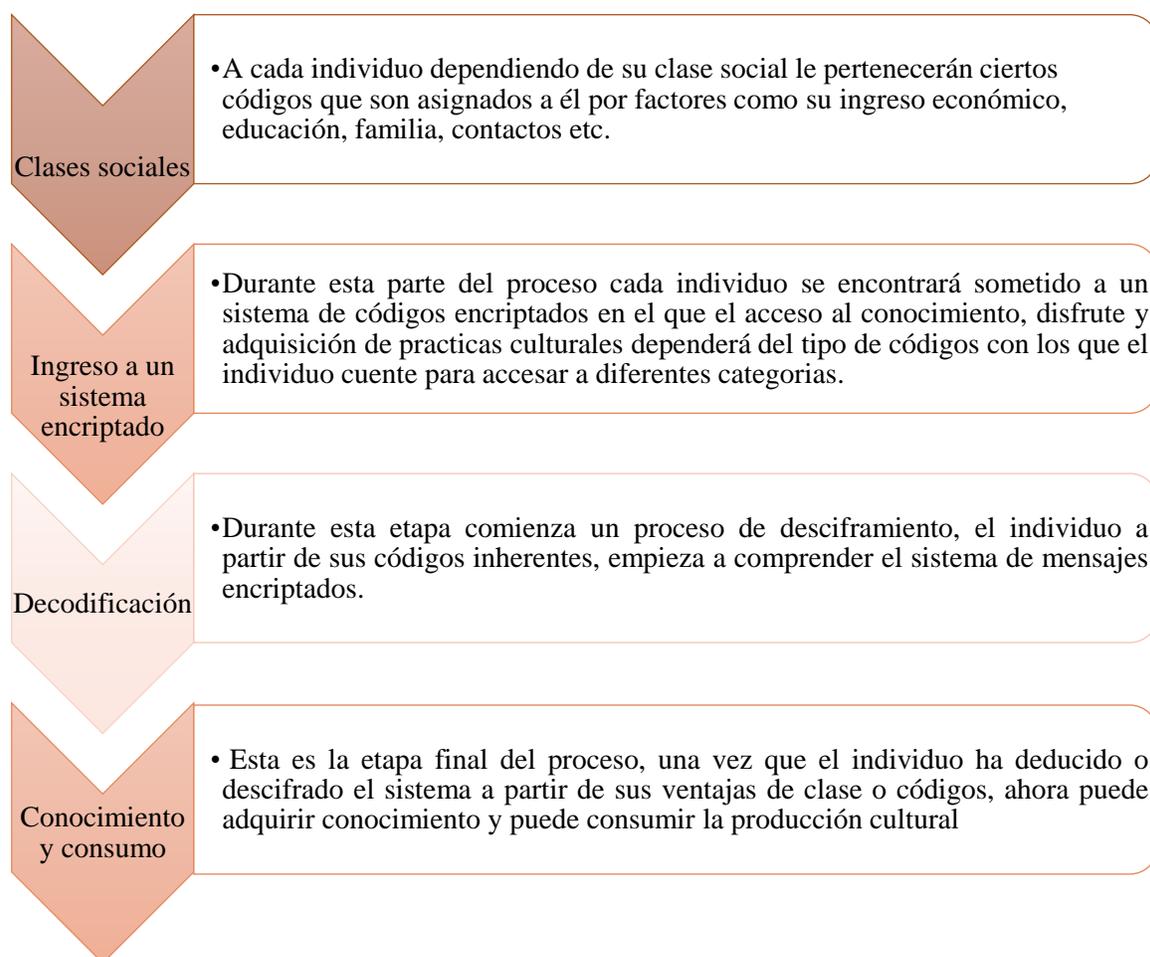
³⁰ Cfr., Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*, Argentina, Siglo XXI editores, 2010, s/ edición, p. 235

³¹ *Ibidem*, p. 231

a cada sujeto, iniciar un proceso de decodificación para entender una serie de códigos encriptados, predispuestos y diseñados de forma exclusiva para la clase a la que pertenece y que también se encuentran insertos en una estructura cultural simbólica.

A continuación, se esquematiza el modelo de codificación encriptada para cada clase social de acuerdo con Bourdieu:

Esquema 2. Los modelos de codificación de Pierre Bourdieu



Elaboración propia con datos de Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Editorial Grijalbo, 1990

Por lo tanto, para Bourdieu existe un sistema estratificado que controla las formas de consumo, adquisición y disfrute de la cultura; que, a su vez, es controlado por una clase social privilegiada, la burguesía. Por esto, para Bourdieu, aquellas percepciones democráticas de la cultura son totalmente inválidas; no existe una forma democrática para consumir y crear cultura y arte, porque tanto los canales de distribución, como las formas de consumo y la producción de la cultura, son dominadas por la clase burguesa, que, al poseer el capital y los medios de producción, tiene la capacidad de resignificar el arte y la cultura para su beneficio.

De acuerdo a Néstor Canclini, en su introducción del libro de Bourdieu, *Questions de sociologie*, existe también un modo burgués que se encarga de estructurar de forma simbólica las diferencias entre clases dentro del campo de la cultura, iniciando un proceso en el que la clase élite resignifica la cultura para su dominio. Sobre ello, Canclini, escribe: “al fijar un modo correcto y hermético de apreciar lo artístico, supuestamente desvinculado de la existencia material, el modo burgués de producir y consumir el arte organiza simbólicamente las diferencias entre las clases.”³² De este proceso comienza la construcción de un aparato simbólico que justifica el tipo de consumo de las clases, más allá del capital económico que cada una posee. Entonces, en palabras del Bourdieu: “las prácticas culturales de la burguesía tratan de simular que sus privilegios se justifican por algo más noble que la acumulación material que éstas poseen.”³³

Lo anterior introduce otro de los puntos clave para esta investigación: la producción cultural. Bourdieu explica que todo producto cultural es en realidad el resultado de un *habitus*, que puede ser definido como “un conjunto de principios de percepción, valoración y de actuación debidos a la inculcación generada por el origen y la trayectoria sociales.”³⁴ Es decir que los artistas y su producción cultural están sometidos y determinados también por el conjunto de predisposiciones que ellos significan, como las condiciones sociales que incluyen a su

³² Pierre Bourdieu, *Sociología y Cultura*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Editorial Grijalbo, 1990, s/ edición, p. 18

³³ *Ídem*

³⁴ José Saturnino Martínez García, “El Habitus, una revisión analítica”, [en línea], España, Revista Internacional de Sociología, s/ núm. Vol. 75, 2016, pp. 2-13. Dirección URL: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewFile/680/870>, [consultado el 18 de abril de 2019]

familia, la escuela en donde fueron formados, los contactos con los que cuentan, su ingreso económico. Todos estos son elementos que determinan el trabajo que realizan como artistas y el significado que ellos mismos le otorgan, por lo que existe incluso un cierto grado de dominación en cada producto con carga cultural y en el artista *per se*.³⁵ Sobre ello, Bourdieu explica:

Así, el sujeto de la obra de arte no es ni un artista singular, causa aparente, ni un grupo social (la gran burguesía bancaria y comercial que llega al poder en la Florencia del *Quattrocento*, como en Antal, o la nobleza judicial en Goldmann), sino todo el conjunto del campo de producción artística (que mantiene una relación de autonomía relativa, más a menos grande según las épocas y las sociedades, con los grupos donde se reclutan a los consumidores de sus productos, es decir, con las diferentes fracciones de la clase dirigente).³⁶

Bourdieu, construye una estructura teórica en la que se explican también los diferentes tipos de capital que pueden ser definidos como “[...] poderes que definen las probabilidades de obtener un beneficio en un campo determinado.”³⁷ Existen tres tipos de capital de acuerdo a Bourdieu: un capital económico, que refiere al conjunto de bienes y recursos con los que un sujeto cuenta para ejercer alguna clase de poder dentro de un campo; un capital social, que es representado por las relaciones de poder y las esferas sociales a las que el individuo pertenezca y que le otorgan ciertas ventajas competitivas dentro del campo y un capital cultural, que representa el conjunto de ventajas de carácter académico, social y de clase que caracterizan a un individuo, adquiridas a partir de sus redes de convivencia y pertenencia a grupos sociales de élite.

David Throsby explica la concepción de Bourdieu sobre capital cultural de la siguiente forma: una persona sólo cuenta con capital cultural “si es que ese individuo ha adquirido competencia en la cultura de alto nivel de la sociedad.”³⁸ De acuerdo a Bourdieu, el capital cultural puede existir en tres formas diferentes: en el estado incorporado, es decir, bajo la forma de disposiciones duraderas del organismo; en el estado objetivado, bajo la forma de bienes culturales como la adquisición de cuadros, libros, diccionarios, instrumentos,

³⁵ Cfr., Pierre Bourdieu, *Sociología y cultura*, México, Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Editorial Grijalbo, 1990, s/ edición, p. 161

³⁶ *Ibidem*, p. 162

³⁷ *Ibidem*, p. 206

³⁸ David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p. 62

maquinaria; los cuales son la huella o la realización de teorías o de críticas a dichas teorías y de problemáticas. Finalmente, en el estado institucionalizado, como forma de objetivación muy particular, tal como se puede ver con el título escolar que confiere al capital cultural - que supuestamente debe garantizar propiedades totalmente originales.”³⁹ A continuación se describen cada una de las formas de capital cultural según Bourdieu:

Cuadro 2. Las formas de capital cultural de Bourdieu

Forma de capital cultural	Descripción
<i>Estado incorporado o personificado</i>	<p>Es un proceso de autocultivación. Es el ejercicio de apropiación que realiza el sujeto del saberse parte un campo y después el proceso de interiorización de los tipos de capital con los que cuenta.</p> <p>Este capital personal no puede ser transmitido instantáneamente (a diferencia del dinero, del título de propiedad y aún de nobleza) por el don o la transmisión hereditaria, la compra o el intercambio. Puede adquirirse, en lo esencial, de manera totalmente encubierta e inconsciente⁴⁰</p>
<i>Estado objetivado</i>	<p>Es la apropiación material y simbólica de bienes culturales, es decir, “cuando el capital social se convierte en bienes culturales como (cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, maquinas, etc.)</p>

³⁹ Pierre Bourdieu, “Los tres estados del capital cultural”, [en línea], México, UAM, Revista del Departamento de Sociología, no. 5, vol. 2, 1987, pp. 1-6, Dirección URL: <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/lostresestadodelcc.pdf>, [consultado el 19 de abril de 2019]

⁴⁰ *Ídem.*

<i>Estado institucionalizado</i>	<p>Es cuando el capital cultural personificado se reconoce en forma de, pongamos, una credencial académica.</p> <p>Es decir, es la institucionalización del capital incorporado o personificado, el reconocimiento de la academia o de cualquier institución de una forma de conocimiento adquirido.</p> <p>e. g. “Con el título escolar – esa patente de competencia cultural que confiere a su portador un valor convencional, constante y jurídicamente garantizado desde el punto de vista de la cultura ⁴¹</p>
----------------------------------	--

Elaboración propia con datos de: Pierre Bourdieu, “Los tres estados del capital cultural”, [en línea], México, UAM, Revista del Departamento de Sociología, no. 5, vol. 2, 1987, pp. 1-6, Dirección URL: <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/lostresestadodelcc.pdf>, [consultado el 19 de abril de 2019]

Por último, existe para Bourdieu un capital simbólico, “comúnmente llamado prestigio, reputación, renombre, etcétera, que es la forma percibida y reconocida como legítima de estas diferentes especies de capital.”⁴² Este capital es la apropiación y acumulación de los capitales anteriores, sumado con el reconocimiento de los actores que integran a un campo como factores de legitimación de cierto poder y posición jerárquica dentro del sistema; es la etapa máxima de la consagración de dominio y posesión.

La estructura que se desglosa en la primera parte de esta investigación y se fundamenta con David Throsby, Bruno Frey y Pierre Bourdieu, representa el pilar para construir y sustentar la explicación teórica sobre la Economía del Arte que se desarrollará en los siguientes apartados y sobre la que se sustentarán tanto la hipótesis como los objetivos de la presente. Sobre los tres enfoques que conforman al aparato teórico de la investigación, es primordial explicar que todos ellos se complementan, a pesar de que los estudios de Throsby y Frey pertenecen a un enfoque económico, le explicación de Bourdieu logra estructurar, desde una

⁴¹ *Ídem.*

⁴² *Ídem.*

perspectiva sociológica, un entramado teórico que explica que la cultura y por lo tanto, el arte, son el resultado de las relaciones de poder entre las clases y que la visión económica es también parte del interés de la élite por hacer funcional y redituable a la cultura dentro de la lógica del capitalismo.

Capítulo 2. Dominación y clase social en la historia del arte

Introducción

Para comprender la esencia de este segundo apartado, y para desarrollar el objetivo teórico-crítico que se plantea a partir de Bourdieu en el primer capítulo, en este segundo punto se desarrolla el concepto de cultura y arte como una construcción política y social, asimismo, se analiza a la cultura como un sistema de control dominado por una clase hegemónica en el siglo XX.

La cultura debe de ser analizada como parte inherente de la estructura social y como resultado de los procesos que de ésta emanan, trascendiendo su abstracción teórica clásica, ya que en realidad es un sistema complejo que alberga en su núcleo las relaciones de poder existentes entre las clases sociales, y se nutre de las transformaciones y procesos que ocurren dentro del sistema. Sin embargo, también se alimenta y moldea desde el dominio que se ejerce sobre ella, lo que después se transforma en una hegemonía cultural.

2.1 La historicidad de la economía del arte, su origen político y su desarrollo económico

Desde una perspectiva *gramsciana*, existe una hegemonía cultural cuando dentro del juego de la lucha de clases, una de ellas domina tanto los medios de producción, como la superestructura de carácter político-ideológico que se constituye dentro de una sociedad. Es justo en este ángulo contextual en el que se desarrolla lo que Gramsci define como *Bloque Histórico*; es decir, la dominación de ambas estructuras, (medios de producción y la política e ideología), por una clase burguesa.⁴³

Gramsci explica al arte como parte de la cultura. Establece que más allá de los conceptos y las percepciones estéticas y del moralismo con el que se estudia, el arte es una forma de

⁴³Albert Noguera Fernández, "La teoría del Estado y del poder de Antonio Gramsci: claves para descifrar la dicotomía dominación-liberación", [en línea], Roma, Euro Mediterranean University, Institute Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences, vol. 29 núm. 1, enero-julio de 2011, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18118941013>, [consultado el marzo 22 de 2019]

modificar al ser humano y es por lo tanto una forma de poder, que se desprende de manera inherente de la cultura. Para Gramsci, sólo modificando a la cultura se modifica al arte, y ambos dependen de los cambios del hombre y de la sociedad.⁴⁴ Partiendo de este enfoque, la cultura es parte de un entramado de fuerzas que luchan entre sí y entonces el dominio de la cultura es parte también de la lucha de clases.

Hoy, las percepciones y construcciones conceptuales contemporáneas de arte y artesanía se distinguen entre sí y son descritas con adjetivos opuestos. A su vez, ambos términos son relacionados a un grado de preparación académica-profesional y se les otorga una distinción particular de clase que, en la actualidad, retomando la postura sociológica de Bourdieu, está ligada a la estructura y estratificación social que afecta e influye el orden y grado de apreciación y valuación tanto económica como social de ambos. Sin embargo, en la antigua Grecia, no existía diferenciación alguna entre éstos. La concepción de un artista era definida por la capacidad del mismo de reproducir para crear y transformar lo obtenido, así como de sus cualidades para percibir y materializar la realidad y el medio.⁴⁵

El proceso creativo del artesano/artista era el que le otorgaba el grado y reconocimiento de la sociedad; ello no implicaba ser parte de una élite intelectual o social, pero sí comprendía un largo proceso de aprendizaje, que podía ser de naturaleza empírica o teórica. A pesar de ser un concepto sumamente abstracto y complejo, la *mímesis* puede ser considerada como una de las técnicas con las que los griegos representaban el proceso realizado por muchos de los considerados como artistas en la antigua Grecia, la *mímesis* va más allá de la percepción simplista que la denomina como un proceso de copiado o reproducción, ya que representaba el complicado procedimiento de la abstracción de la realidad para después materializarla. Es decir que la creación de los artesanos o artistas se basaba en la réplica de conocimientos y técnicas acumuladas por generaciones anteriores, pero también se fundamentaba en la percepción de la realidad que vivían, y en las facultades y habilidades que cada uno tenía

⁴⁴ Cfr., Antonio Gramsci, *Cuadernos de la Cárcel*, Edición crítica del Instituto Gramsci, México, Editoriales Era, 1981, p.107

⁴⁵ Cfr., Larry Shinner, *La invención del arte*, México, Paidós, 2014, p. 46

para reproducir. Todo ello era parte de un proceso de abstracción conceptual de la realidad, por lo que cada individuo, cada técnico o artista aplicaba su propia *mimesis*.⁴⁶

Sin embargo, eso no exime a los hacedores de arte de ser los responsables de los procesos de invención que siempre han requerido de un proceso exhaustivo; en donde la creatividad es la pieza fundamental del engranaje artístico; mismo que, en términos platónicos, se definiría como *poiesis*, es decir, la creación de algo a través de un proceso creativo.⁴⁷ Para los fines de esta investigación en particular, se entenderá y estudiará a las artesanías como parte del concepto de arte, de acuerdo a Larry Shinner:

Los antiguos griegos, que tenían distinciones precisas para tantas cosas, carecían de una palabra para lo que nosotros denominaríamos *arte bello*. La palabra que con frecuencia traducíamos como arte era *Techné*, la cual, lo mismo que las *ars* romanas, incluiría muchas cosas que hoy día denominaríamos oficio. *Techné/ars* abarcaba cosas tan diversas como la carpintería y la poesía, la fabricación de zapatos y la medicina, la escultura y la hípica.⁴⁸

Asimismo, con base en el objetivo general de esta investigación y dado el valor cultural, histórico, y el valor del proceso intelectual-creativo que incurre en la creación de las artesanías, dentro de este análisis, éstas serán consideradas como arte y, por lo tanto, como parte también del estudio sobre la Economía del Arte mexicano.

La transformación del concepto de arte hasta llegar al que se conoce en la actualidad fue resultado de la evolución de las sociedades, pero también de la lucha de clases. A partir de ésta última, se construyeron y amoldaron significados a la cultura y por ende al arte como una herramienta de poder y un medio para la proyección de intereses de cada clase. En donde también las familias reinantes, la clase privilegiada y los gobernantes encontraron una forma de autogratificación y dominio. El arte plasmaba, de forma pública, la grandeza y el reflejo

⁴⁶ Giovanni Gutiérrez Canales, “Sobre el concepto de mimesis en la antigua Grecia”, [en línea], s/vol., s/número, Chile, Revista Scielo, 2016, Dirección URL: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/byzantion/n35/art05.pdf>, [consultado el 2 de diciembre de 2018]

⁴⁷ Cfr., Carlos Julio Pájaro M., “Poiesis y Poesía de Homero y los Sofistas”, [en línea], s/vol., No. 2 , p. 32, Barranquilla Colombia, Eidos: Revista de Filosofía de la Universidad del Norte, 2 agosto del 2004, Dirección URL: <https://www.redalyc.org/pdf/854/85400201.pdf> , [consultado el 2 de diciembre de 2018]

⁴⁸ Larry Shinner, *La invención del arte*, México, Paidós, 2014, p. 46

de la superioridad entre familias, gobiernos y reinos; era signo e imagen de gloria y poder, y a su vez, constituía una forma de hacer notar su historia y legado ante los ojos del mundo.

De acuerdo a Althusser, existe un aparato ideológico que se desarrolla a través de la cultura que puede servir para dos fines: como medio de dominación, usualmente utilizado por la clase burguesa, y otro como un espacio de resistencia y de lucha en donde tienen lugar las masas.⁴⁹ Por lo que el arte tiene la misma capacidad, puede servir como parte de una estructura ideológica para la dominación o puede resignificarse como un aparato de lucha a través de aquellos que lo emplean.

Para Althusser, el hablar de una clase dominante, tiene una connotación de poder, un poder de Estado, que tiene a su vez funciones y capacidades que permean de forma, política y económica dentro de una estructura social. El filósofo explica la relación entre el Estado y sus aparatos ideológicos como parte de la lucha de clases: “los aparatos ideológicos de Estado pueden no sólo ser *objeto* sino también *lugar* de la lucha de clases, y a menudo de formas encarnizadas de lucha.”⁵⁰

Existe entonces una lógica de dominación sobre los aparatos ideológicos con los que cuenta el Estado y sólo la clase dominante o burguesa puede utilizarlos como herramienta de poder, a continuación, Althusser explica los dos formas de actuar del Estado para aplicar dinámicas de dominación:

Si aceptamos que, en principio, “la clase dominante” tiene el poder del Estado (en forma total o, lo más común, por medio de alianzas de clases o de fracciones de clases) y dispone por lo tanto del aparato (represivo) de Estado, podremos admitir que la misma clase dominante sea parte activa de los aparatos ideológicos de Estado, en la medida en que, en definitiva, es la ideología dominante la que se realiza, a través de sus contradicciones, en los aparatos ideológicos de Estado. Por supuesto que es muy distinto actuar por medio de leyes y decretos

⁴⁹ Louise Althusser, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Freud y Lacan*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1976, citado en Graciela Inda, [en línea], Dirección URL: <http://www.scielo.org.mx/pdf/espinal/v23n67/1665-0565-espinal-23-67-00009.pdf>, [consultado el 20 de marzo de 2019]

⁵⁰ *Ídem*.

en el aparato (represivo) de Estado y "actuar" por intermedio de la ideología dominante en los aparatos ideológicos de Estado.⁵¹

Se suman a la lista de instrumentos ideológicos del Estado, el aparato escolar, el aparato religioso, el aparato familiar, el aparato político, el aparato sindical, el aparato de información y el aparato cultural; todos ellos forman parte de una estructura de poder. De acuerdo con la socióloga Graciela Inda, todos éstos también conforman un campo, en el cual se expresan los efectos de unas luchas (de clase) que “desbordan” constantemente en el campo del Estado.⁵²

A pesar que el arte es entendido y ha sido estudiado desde un enfoque más subjetivo e inmaterial como una extensión espiritual del ser y como productor de experiencias estéticas puras, en realidad ha jugado un papel primordial en la reconfiguración política y cultural del mundo, así como en la lucha de clases. Con el paso de los siglos ha sido moldeado para cumplir intereses privados y alcanzar metas políticas. Prueba de ello es que su desarrollo y esplendor se debe, en gran medida, al patrocinio de entes particulares, de familias adineradas que tenían la capacidad económica de pagar a los nuevos artistas por sus obras. Durante el siglo XV, en Italia, el Renacimiento constituyó una explosión artística: cientos de esculturas, pinturas y escritos se reproducían y eran mostrados por las calles de Roma y Florencia, a esta forma de padrinazgo artístico se le conoció como *mecenazgo*.⁵³

Familias como los Médici, los Nasi y los Del Pugliese, en Italia, edificaron nuevas estructuras de poder a partir de las construcciones y monumentos artísticos creados para ellos, así como todo el conjunto de material visual, como una manera estratégica de confirmar y mantener su estatus sociopolítico.⁵⁴ De acuerdo a Jaime Cortés, el Renacimiento impulsó la nueva figura de las clases dominantes en el arte y terminó con el papel preponderante de la Iglesia sobre la producción artística y los estilos de la misma:

⁵¹ *Ídem*.

⁵² Graciela Inda, *La cuestión del Estado/Luchas populares en Louise Althusser (1976-1978)*, [en línea], Argentina, Espiral, estudios sobre Estado y Sociedad, 2016, Dirección URL: <http://www.scielo.org.mx/pdf/esprial/v23n67/1665-0565-esprial-23-67-00009.pdf>, [consultado el 23 de marzo de 2019]

⁵³ Mecenazgo; éste puede ser entendido como el subsidio económico destinado a actividades culturales y artísticas. *Cfr.*, Jill Burke, *Changing Patrons, Social Identity and The Visual Arts in Renaissance Florence*, 1971, The Pennsylvania State University, p. 11

⁵⁴ *Cfr.*, Jill Burke, *Changing Patrons, Social Identity and The Visual Arts in Renaissance Florence*, 1971, The Pennsylvania State University, p. 11

Para la época previa al Renacimiento, los motivos religiosos eran lo único que se vislumbraba en el arte, sin embargo, estas representaciones dieron un giro al ser incluidas en ellas a los *donantes*, gente que pagaba por la realización de la obra [...], generalmente representaciones de un pasaje bíblico, con la singularidad de la presencia en dicho pasaje de la persona que pagaba por aquel trabajo, como una manera anticipada de llegar al cielo. Esto posteriormente se convirtió en el retrato, que desde luego estaba destinado a la gente adinerada que podía pagar el trabajo de un artista.⁵⁵

Así fue como nuevas redes de poder se extendieron a lo largo del territorio italiano, mismas que a su vez, forjaban un nuevo mercado. Lo que ocurría en el desarrollo del arte era parte de un proceso de dominación ideológica de una clase burguesa que había tomado bajo su control la producción cultural del momento. Este hecho político se repetirá como patrón en cada periodo de la historia.

La relación del *art patrons*⁵⁶, en la que artistas como Da Vinci y Miguel Ángel fueron subsidiados por mecenas pertenecientes a la élite italiana, creó nuevos espacios de trabajo, en los que éstos reposicionaron y redefinieron sus obras como productos vendibles y a ellos como una nueva clase trabajadora y asalariada. Si bien la Economía del Arte como parte de la materia de estudio de las Ciencias Sociales nace hasta 1966, fue el Renacimiento el periodo en el que se cimentaron las bases para lo que más tarde se conocería formalmente como *art economy*, además abrió paso al nacimiento de un modelo de dominio cultural en el que un grupo de personas específico, con un cierto grado de poder económico e influencia política establecieron una nueva jerarquía, funcionamiento y contenido sobre la razón del arte:

Mientras que la Iglesia continuaba la comisión de grandes piezas de altares y otras formas de arte eclesiástico, una nueva forma de patronato surgió entre los prósperos mercaderes, gremios y príncipes. El arte se comenzó a enfocar mayormente en preocupaciones mundanas, glorificando la riqueza y el poder de los gobernantes y de los príncipes mercantes y también reflejando el nuevo interés en el aprendizaje clásico. El estatus del artista también cambió drásticamente. Anteriormente era visto como un artesano anónimo, para el final del

⁵⁵ Jaime Cortés P., “Arte y poder”, [en línea], no. 6, p. 111, Cuenca, Ecuador, Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal, 2009, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441846107006>, [consultado el 25 de septiembre de 2018].

⁵⁶ Cfr., Jill Burke, *Changing Patrons, Social Identity and The Visual Arts in Renaissance Florence*, 1971, The Pennsylvania State University, p. 12

Renacimiento el artista fue reconocido por sus dones únicos y, en el caso del papel de Leonardo da Vinci y Miguel Ángel fueron vistos como genios.⁵⁷

Si bien, la lógica de trabajo asalariado y venta de arte durante este periodo en Italia representaba una nueva forma de vida y comercio, fue realmente el resultado de la lucha por el poder y del choque de intereses políticos que tuvo lugar en la coyuntura del siglo XVII. Para Nicos Hadjinicolaou, el desarrollo del arte durante este periodo histórico y hasta la actualidad, representa el fortalecimiento de la clase burguesa dentro de la estructura de la lucha de clases, que además empoderaba a la burguesía como el grupo dominante, que más allá de buscar en el arte la expresión del alma o la creación de un mercado, resignificó a éste como la exteriorización de su posición y nivel de poder en el sistema de jerarquización social.⁵⁸ La relación entre la cultura burguesa y el arte, desarrolló el constructo político que rige hasta la actualidad a la industria cultural y del arte, que se basa en la lógica del individualismo, cuyo principal objetivo es de la maximización de la riqueza de una clase social específica.

A pesar que el arte es una forma de simbolismo y una manera de otorgar significados, mensajes y explicaciones, es también un conducto que ha llevado a la creación de un nuevo lenguaje que más allá de la gran carga de valor cultural con la que cuenta, lleva consigo un entretreje de las relaciones de poder de la clase burguesa, por ello es que el arte no sólo puede ser estudiado y entendido simplemente como un mercado o como expresiones culturales, ya que es mucho más complejo porque el arte es poder.

De esta forma, el Renacimiento y la figura de los Médici, así como muchas otras familias italianas y europeas de este siglo, representan la estructura clasista dominada por grupos de poder que podrían ser definidos en palabras de Chin-Tao Wu, especialista en análisis de la cultura y arte contemporáneo, como: “individuos que poseen, y cuyas familias poseen, cantidades sustanciales de diferente capital.”⁵⁹ Asimismo, éstas representan en el arte un

⁵⁷ S/ autor, *The Inquiring Eye, European Renaissance Art*, [en línea], p.7, Washington, Estados Unidos, National Gallery of Art, s/año, Dirección URL: <https://www.nga.gov/content/dam/ngaweb/Education/learning-resources/teaching-packets/pdfs/European-Renaissance-Art-tp1.pdf> , [consultado el 22 de septiembre de 2018]

⁵⁸ Cfr., Nicos Hadjinicolaou, *Historia del arte y lucha de clases*, México, Siglo XX editores, 1973, p. 44

⁵⁹ Chin-Tao Wu, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, p. 21

parteaguas para el inicio de la Economía del Arte, pero también, las bases de la perpetuidad del exclusivo poderío de clase, familiar y trasfondo político que se desarrollará en el ámbito cultural, y que siglos más tarde, se denominará como élites culturales.

Por lo tanto, la Economía del Arte no es sólo un mercado en donde se produce el intercambio y venta de bienes y servicios culturales. En realidad, la esencia de ésta es de materia y razón política y se sustenta en la sociedad para su propia subsistencia. De igual forma, la Economía del Arte ha sido controlada por un grupo elitista de personas que comparten el poder en una esfera apartada del resto de la sociedad. El Renacimiento fue el inicio de un nuevo modo de control e influencia en este ámbito y una vez terminado este periodo la consolidación de la economía del arte se convirtió en manifiesto del nacimiento de un mercado cultural que ahora abarcaba más que pinturas, esculturas y escritos, pero que mantenía y operaba con el mismo sistema y funcionamiento.

Para finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, la clase empresarial sustituyó el papel que las familias europeas, poseedoras de diferentes tipos de capital, habían jugado en la producción cultural; lo cual no significaba que este nuevo grupo de poder fuera una clase surgida sin ningún vínculo con la élite. Chin-Tao explica que el surgimiento de un grupo empresarial es parte del mecanismo de transformación por el que las familias adineradas controlan diferentes tipos de industrias y logran así la máxima acumulación de capital.⁶⁰

En este sentido, la figura del arte como herramienta de control y símbolo de estatus y de poder seguía intacta, le continuaba perteneciendo a un grupo dueño de los medios de producción y acumulador de diversas formas de capital. Este modelo de control y producción ocurre en todo el mundo, no sólo en Europa; a partir de ello, Chin-Tao explica también la construcción de un estatus social en las sociedades del capitalismo avanzado en donde los productos artísticos se han revalorizado por sus múltiples cualidades como objetos con valor en el mercado y como herramientas de poder.⁶¹

⁶⁰ Cfr., Chin-Tao Wu, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, p. 21

⁶¹ *Ibíd.*, p. 21

Si bien se ha enfatizado sobre el papel de la élite en el manejo de la cultura y del arte, es en realidad la sociedad, con cada una de sus divisiones de clase, la sustentadora de un régimen. Más allá del grupo y la clase que representan, es la estructura que generan los actores a través de la racionalidad del dominio, en términos de Adorno y Horkheimer existe un carácter coactivo de la sociedad que se encuentra alineada de sí misma.⁶² Hay entonces una estructura diseñada para y por los actores del sistema social, que moldea las relaciones entre todos los actores e influye en la creación de esferas de poder, genera industrias y mercados, y permea en todos los niveles de funcionamiento y subestructuras de sí misma.

En este contexto, los actores, como generadores de estructura, pueden influir sobre ésta en varios niveles y de diversas formas. Para los filósofos, las industrias culturales son parte de la estructura y son el resultado de una lógica de dominación cultural que se sostiene bajo una idea romantizada de la cultura, que resulta el componente clave para el éxito de la industria en el mercado. De esta forma, la industria cultural nace y se fortalece a través del monopolio privado de la cultura, que a su vez controla el contenido y las formas de consumo, destrozando cualquier rastro de autenticidad en todo producto cultural; para Adorno y Horkheimer, la cultura se ha transformado en el producto de la subsunción industrializada del capitalismo.⁶³

Por lo que las formas de consumo de las industrias culturales funcionan bajo un modo jerarquizado, es decir, y de acuerdo a los exponentes de la Escuela de Frankfurt, existen estructuras de patrones de consumo por clase, que dan por resultado el funcionamiento de una dinámica de compra-venta en la que los consumidores se transforman en receptores de una nueva forma de dominación cultural⁶⁴, misma que utiliza un método “suave” para objetivar una forma de conquista cultural. Sobre ello, Adorno y Horkheimer escriben:

Los consumidores son los obreros y empleados, agricultores y pequeños burgueses. La producción capitalista los encadena de tal modo en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece [...] así hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los

⁶² Max Horkheimer y Theodor Adorno, *Dialéctica de la ilustración, s/lugar*, Simanca ediciones 1994, p. 166

⁶³ *Ibidem*, pp. 166 -169

⁶⁴ *Ibidem*, pp. 176-178

afortunados, al mito del éxito. Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza.⁶⁵

Durante los primeros años del siglo XX, el papel del Estado como financiador y promotor del arte dejó entrever el verdadero propósito en la administración y difusión de lo cultural: se estaba construyendo una nueva figura de autoridad cultural pública que sustentaba su dominio en el conjunto de contenido cultural y artístico que se desarrollaba dentro de su territorio. A consecuencia de la Primera y Segunda Guerra Mundial se transformó en la herramienta de trabajo del Estado. Sin embargo, las esferas de poder seguían incluyendo a las familias adineradas, tal y como ocurrió en el Renacimiento, así, la bipartición del control sobre el mercado del arte, creó una forma dual de operación y administración en la industria cultural.

La forma y la razón por la que el arte era producido y comercializado respondía a una motivación capitalista. El dominio del gobierno y la élite empresarial formularon nuevos ejes de acción gubernamental que eran respaldados por los gobiernos, sobre ello Horkheimer y Adorno explican el interés del Estado en el sector cultural como parte de un nuevo método de dominación:

Es preciso ver su interés en las actividades culturales, en particular cuando éstas están respaldadas públicamente por el gobierno, como parte de una estrategia global para reunir poder económico privado y autoridad cultural pública. Esto se hace con la perspectiva de que el capital cultura así creado, a su debido tiempo y en la coyuntura apropiada, pueda convertirse, abiertamente o no, en poder político al servicio de los intereses económicos específicos propios de la empresa⁶⁶ o una clase social.

En realidad, cada una de las corrientes artísticas que se han desarrollado dentro de un periodo histórico determinado, forman parte de la representación social coyuntural que se confecciona en el espacio y tiempo en el que factores y actores influyen de manera conjunta; por lo que todo lo artístico y la producción cultural que se desprende del arte, es social, político y económico. Por ello, el periodo de *interbellum* es el momento clave y crucial para el análisis del desarrollo no sólo del mercado del arte sino también para entender la

⁶⁵ *Ibidem*, p. 178

⁶⁶ *Ibidem*, p. 27

reconfiguración, reestructuración y resignificación de la cultura como un aparato de poder, como una herramienta simbólica de dominio, una forma de resistencia y finalmente como una industria y mercado.

Durante el periodo de entreguerras explica Eric Hobsbawm, se comenzó a generar una especie de hiper-sensibilidad social, sobre todo en Europa central y oriental, era una mezcla de sentimientos, como pasión, esperanza, rabia, deseo, pesimismo y burla; todo ello era natural como parte de la coyuntura, ya que el fortalecimiento de regímenes totalitarios como el Nazismo y el Fascismo, aunado de los movimientos revolucionarios del momento, originaron olas artísticas de oposición; entonces surge el Vanguardismo, como la corriente artística que se encargaría de acompañar y representar a este periodo.⁶⁷

El Vanguardismo, buscaba romper con la concepción clásica del arte de las élites. De acuerdo a Hobsbawm, esta corriente encontraba a sus mejores hacedores y representantes en donde había insurrección, resistencia y crítica, sobre ello el historiador explica:

Lo mejor de las artes parecía proceder de los lugares sacudidos por la revolución. No era sólo que las autoridades culturales de los regímenes políticos revolucionarios concedieran mayor reconocimiento oficial (esto es, mayor apoyo material) a los artistas revolucionarios que los regímenes conservadores a los que sustituían, aun cuando sus autoridades políticas mostraran escaso entusiasmo por sus obras. Anatol Lunacharsky, «Comisario de Educación», fomentó el vanguardismo, pese a que el gusto artístico de Lenin era bastante convencional.⁶⁸

En realidad, el Vanguardismo, junto con sus subcorrientes, como el Dadaísmo, el Expresionismo y el Surrealismo, se formaron a través de lo real y lo revolucionario, por medio de artistas que no formaban parte necesariamente del núcleo occidental europeo, sino de un nuevo movimiento social, que se encontraba más allá de la Europa Occidental y tampoco se forjaba a través de un discurso burgués. Ese fue un momento trascendental en la historia del arte, que marcó el nacimiento de un deseo en las estructuras artísticas, que buscaba, en palabras de Hobsbawm: “descubrir, desvelar y representar la realidad contemporánea de sus pueblos”⁶⁹ y sobre ello, explica el historiador: “en cierto sentido, ese

⁶⁷ Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, p. 192

⁶⁸ *Ibidem*, p. 191

⁶⁹ *Ibidem*, p. 195

deseo unió el arte de Oriente y de Occidente. Cada vez era más evidente que el siglo XX era el siglo de la gente común, y que estaba dominado por el arte producido por ella y para ella. Dos instrumentos interrelacionados permitieron que este mundo del hombre común fuera más visible que nunca y pudiera ser documentado: los reportajes y la cámara.”⁷⁰

Asimismo, durante esta primera etapa del siglo XX, hubo un proceso de reapropiación del arte que parecía quebrar aquella relación de dominio entre de burguesía sobre la producción del entramado cultural. Se comenzaba a enaltecer los movimientos socioculturales no pertenecientes a la élite, y al mismo tiempo surgían nuevos medios de transmisión y comunicación que facilitaban la construcción de una nueva etapa cultural. En particular, el radio, el cine y la fotografía marcan un hito en este proceso; sin embargo, es el papel de las clase baja y media y su participación en este periodo lo que reestructura a la historia del arte. Para Hobsbawm, el arte de masas significaba la reconfiguración de la estructura predeterminada en el arte:

Lo que da importancia al arte de masas de este período no es la aportación del vanguardismo, sino su hegemonía cultural creciente, aunque, como hemos visto, fuera de los Estados Unidos todavía no había escapado a la tutela de las clases cultas. El arte (o más bien el entretenimiento) que consiguió una situación de predominio fue el que se dirigía a la gran masa de la población, y no sólo al público creciente de las capas medias y medias bajas, de gustos más tradicionales.⁷¹

Los nuevos instrumentos culturales (radio, cine y fotografía), se transformaron rápidamente en herramientas políticas, ya que después del periodo Entreguerras, comenzó una de las etapas clave para la reconfiguración del orden mundial. La Segunda Guerra Mundial, reestructuró el tablero internacional, el juego de poder favoreció la consolidación de Estados Unidos como nuevo líder político y potencia económica y, al mismo tiempo, el arte continuó transformándose. Con ello, surgieron nuevos artistas, que, ante el momento, reaccionaron a un mercado de producción en masa y a un sistema de comercialización internacional que tenía como fin el funcionamiento de una lógica de consumismo para generar capital.

⁷⁰ *Ídem.*

⁷¹ *Ibídem*, p. 197

En los años cincuenta, el denominado *pop art*, representado por “Warhol, Lichtenstein, Rauschenberg, Oldenburg, etcétera”⁷², fue una de las corrientes artísticas que se impusieron como tendencia popular. Para 1960, mientras que la Guerra Fría era el acontecimiento que definía el contexto mundial, las artes y todo producto derivado de la cultura, comenzaron a formar parte de un cúmulo de productos clasificados como capital cultural y comenzaron también a adquirir mayor fuerza dentro del mercado, ya que representaban el nuevo instrumento de control utilizado por la clase empresarial, que a su vez recibió apoyo y respaldo del gobierno.

Durante la segunda mitad del siglo XX cuando Estados Unidos tomó el liderazgo en la creación y propagación de productos artísticos y culturales, su poderío ante el mundo seguía creciendo, incluso las empresas norteamericanas, estaban enfocadas en esparcir el nuevo concepto y modo de vida estadounidense, gran parte de estas acciones se realizaron por medio del arte; actividades artísticas y contenido cultural que fue distribuido alrededor del mundo, como parte de la estrategia para la contención del bloque comunista, aunado a ello, la crisis social y financiera que se vivía en Europa, abrió y facilitó el camino para la consolidación del nuevo papel de EE.UU ante la comunidad internacional. Lo que Hobsbawm llama *el triunfo universal de la sociedad de consumo*, de acuerdo al historiador: “a partir de los años sesenta, las imágenes que acompañaban a los seres humanos en el mundo occidental [...] desde su nacimiento hasta su muerte eran las que anunciaban o implicaban consumo, o las dedicadas al entretenimiento comercial de masas.”⁷³

Sobre las nuevas dinámicas de consumo, el crítico y teórico estadounidense, Fredric Jameson, explica la relación entre el arte y el mercado como parte del vínculo entre el capitalismo y las estructuras sociales en constante cambio. De acuerdo a Jameson, el interés por consumir traspasaba las razones capitalistas simples, basadas en la economía, para así cargarse con rasgos psicosociales de clase por lo que el consumo se tornó cada vez más complejo y se

⁷² *Ibidem*, p. 508

⁷³ *Ibidem*, p. 507

apartó de las explicaciones teóricas de razón económica para comenzar a estructurar un análisis de carácter sociopolítico.⁷⁴

Por ello, Jameson desarrolla su estructura teórica a partir de la crítica literaria marxista, en la que se deja atrás el análisis en términos de capital para reconfigurarse con una serie de valores propios dentro del sistema capitalista en términos de clase.⁷⁵ Dicha estructura, se fundamenta en la lógica de la fase del capitalismo independiente, en la que el capital se fortalece por medio de mercados externos e inversiones rentables, rompiendo la razón de un proceso geográfico productivo o la acumulación de capital dentro de un territorio determinado.

Jameson explica lo anterior como parte del movimiento natural del capitalismo, que debe verse y entenderse como un proceso discontinuo pero expansivo. Para ello retoma el argumento del economista belga Ernest Mandel sobre la elasticidad del capitalismo; Jameson describe al sistema capitalista como una estructura en constante cambio que se fortalece con las mutaciones estructurales de la sociedad y encuentra oportunidades de expansión y dominio en cada crisis.⁷⁶ Sobre ello Jameson escribe: “el sistema capitalista con cada crisis, sufre una mutación para pasar a una esfera más amplia de actividad y un campo más vasto de penetración, control, inversión y transformación.”⁷⁷

En este sentido, la relación entre el capitalismo y la cultura converge en el interés político dominado por una clase, que a su vez se integra bajo la razón de producción y consumo para la acumulación de capital. Por ello, a pesar que el interés sociopolítico para el impulso de la industria artística y cultural fue el principal motor para su financiamiento y expansión dentro de las dinámicas que se estructuran a partir del sistema capitalista; también había un interés económico sobre el mercado que estaba germinando como resultado de la lucha política por el poder entre las clases.

⁷⁴ Cfr., Fredric Jameson, *El giro cultural, escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983 – 1998*, Argentina, Manantial 1999, p. 189

⁷⁵ *Ídem.*

⁷⁶ Cfr., Chin - Tao Wu, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, p. 154

⁷⁷ Fredric Jameson, *El giro cultural, escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983 – 1998*, Argentina, Manantial 1999, p. 184

Asimismo, de acuerdo a Chin-Tao Wu, retomando el concepto capital de Bourdieu; para realizar el análisis de la relación que se forja entre el capitalismo y la cultura, se debe señalar también la capacidad del capital cultural de transformarse en capital social de conocimientos y contactos, y cómo éste, a su vez, se puede poner al servicio de la acumulación de capital económico.⁷⁸ Wu explica la raíz sociocultural del mercado del arte como una construcción capitalista fundamentada en la desigualdad y perpetuada por medio de la lucha de clases, que a su vez puede convertirse en capital económico.⁷⁹

Así, como parte del proceso capitalista de la cultura, la academización de la relación entre la cultura y la economía fue parte fundamental de la nueva etapa mercantilista del siglo XX. En 1966, se publicó el libro *Performing Arts: The Economic Dilemma*, de los economistas estadounidenses, William Jack Baumol y William Gordon Bowen, publicación que marca el inicio academicista de la Economía del Arte, y en el que, de acuerdo a la economista inglesa Ruth Towse, se concluye en materia cultural que: “los crecientes costos y precios de las artes escénicas eventualmente excederían los límites del financiamiento privado de las artes y que por lo tanto el financiamiento de otras fuentes como el Estado sería imprescindible.”⁸⁰

Ello materializó el estudio de la Economía del Arte como parte de las Ciencias Sociales y Económicas, entendiendo a ésta como un campo de estudio que había configurado un nuevo sistema de intercambio de bienes y servicios que había logrado establecer nuevas relaciones de poder entre los actores, sin olvidar que, en materia, la Economía del Arte es fundamentada en una estructura metodológica de carácter sociológico y se conforma de raíces políticas y culturales que desbordan en intereses económicos.

Por ello, Chin - Tao Wu, configura una estructura teórica de la Economía del Arte a través del aparato teórico Bourdiano y por medio de éste, explica a las artes y a los procesos artísticos como emergentes de una construcción social. De acuerdo a Chin - Tao Wu, la

⁷⁸ Cfr., Chin- Tao Wu, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, p. 154

⁷⁹ *Ídem*.

⁸⁰ Ruth Towse, “Alan Peacock and Cultural Economics”, [en línea], *The Economic Journal*, Vol. 115, No. 504, p. 64., s/ lugar, junio 2009, Dirección URL: <http://www.jstor.org/stable/3590441>, [consultado el 25 de septiembre de 2018]

cultura es una “expresión de la ideología hegemónica en la que la transmisión del conocimiento de una generación a otra sirve para conservar y reproducir la posición dominante de la clase dominante.”⁸¹ Wu coincide con la definición de Bourdieu al concluir que el capital cultural representa un instrumento de dominación de clase.

En el contexto histórico, es durante el periodo de la Guerra Fría cuando la figura de EE. UU ante el mundo cobra un nuevo papel, gracias a la mutación de la cultura como herramienta de una nueva fase del capitalismo. Sin embargo, en el contexto internacional, la producción cultural no se centró únicamente en el nuevo líder internacional. Oriente, Europa y la región de Latinoamérica continuaban por su lado con la creación de contenido cultural a partir de un proceso de apropiación histórica. El gran ejemplo es el muralismo en América Latina en los años veinte y, por otro lado, de acuerdo a Eric Hobsbawm, en este periodo histórico: “comenzó el ascenso de la industria cinematográfica en Polonia, Checoslovaquia y Hungría el cual se dio a finales de los años cincuenta y duró hasta el colapso del comunismo, lo que también conllevó el colapso de los mecanismos de producción cultural en los países afectados.”⁸²

Durante el periodo de la Guerra Fría, la Unión Soviética aplicó nuevos parámetros y estándares para su producción cultural. En realidad, no hubo una suspensión de la creación cultural en el mundo, más allá de lo que se crea por el papel central que tuvo la industria estadounidense, sino que cada nación y bloque contaban con modos particulares de producción y propagación cultural. En la Unión Soviética, la poesía de Vladimir Mayakovsky, Anna Ajmatova y la producción cinematográfica de Sergei Paradjanov mantuvieron la construcción ideológica estética de la URSS y alimentaron la producción cultural.⁸³ Sin embargo, la Guerra Fría marcó un momento clave para la resignificación de la cultura como herramienta con carga ideológica y mecanismo de propagación de discursos políticos en el sistema internacional.

⁸¹ Chin - Tao Wu, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, p. 17

⁸² Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, p. 500

⁸³ *Ibidem*, p. 499

Es cierto que, dentro de esta segunda etapa del siglo XX, Estados Unidos se transformó en una máquina de invención y producción en masa de capital cultural y fue esta lógica de producción cultural la que ayudó a la nueva figura de liderazgo económico que este país construía sobre sí mismo. En términos de Bourdieu, este proceso configuró a una clase dominante que se impuso en un plano económico y reprodujo su dominación social a través de formas de poder simbólico.⁸⁴

A su vez, las instituciones gubernamentales que comenzaron a surgir a partir del interés del Estado por la cultura como medio de dominación y signo de poder, dio por resultado la formación de una organización estructurada de nuevos organismos públicos que legitimaban y reforzaban el rol de dominancia del Estado sobre lo cultural. Chin-Tao Wu explica: “de esta forma los principales instrumentos del poder estatal en el ámbito del arte son los organismos públicos de arte [...] que son parte de un sistema político, de cuya estructura extraen su autoridad y poder.”⁸⁵ Asimismo, el capital privado acumulado y residente de nacionalidad estadounidense se sumó a las fuerzas de dominación del mercado cultural y por su lado comenzó a construir también un mecanismo con gran alcance e influencia internacional.

Así, la reorganización del sistema de poder estadounidense en la mitad del siglo XX. Permitió la transición de un mecenazgo familiar como el italiano del Renacimiento, al florecer de una nueva fuerza social y económica que, junto con el Estado, formuló una alianza de poder y liderazgo que logró dominar el mercado internacional y legitimar su reposicionamiento en la estructura política y social internacional. Sobre ello, Chin-Tao Wu explica que personas como David Rockefeller poseen la cantidad de capital suficiente para permear en estructuras públicas y transformar los procesos culturales para su beneficio; prueba de ello son los cientos de instituciones de carácter “social y humanitario” que dichas familias establecen como Fundación Rockefeller o la Fundación Ford.⁸⁶

⁸⁴ Cfr., Pierre Bourdieu, *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo, 1990, p. 10.

⁸⁵ Chin - Tao Wu, *Op. Cit.*, p. 28

⁸⁶ Cfr., Chin - Tao Wu, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, p. 20

De acuerdo a lo anterior, el concepto de Economía del Arte comprende desde su raíz y origen un doble significado. Ésta no puede ser discernida ni estudiada sin entender que nace de un interés de clase y es impulsada por un estado constante de lucha por el dominio, autoridad y superioridad social y económica. Por ello, este estudio no sólo busca analizar al arte como un mercado internacional, sino que pretende entender que el arte es también producto de la sociedad y su lucha por el poder.

Sobre la lucha de poder en el arte de acuerdo con Eric Hobsbawm, la nueva forma de mecenazgo representa parte del núcleo del sistema de control que ejercen los grupos burgueses sobre todas las ramas de la industria cultural. Hobsbawm denomina a esta forma de patrocinar el arte como *un estatus de Médicis* y explica:

El mecenazgo privado fue menos importante, excepto en los Estados Unidos, donde los millonarios, estimulados por sustanciosas ventajas fiscales, protegieron la educación, el saber y la cultura en una escala mucho más generosa que en cualquier otro lugar [...] lo que podríamos denominar un *estatus de Médicis*. Cada vez más, los grandes inversores no se limitaban a donar sus colecciones a museos nacionales o a otras instituciones públicas, sino que insistían en fundar sus propios museos, a los que bautizaban con su nombre, o bien exigían tener su propia ala o sector de los museos en que sus colecciones se presentarían en la forma determinada por sus propietarios y donantes.⁸⁷

Por lo tanto, la Economía del Arte puede ser definida, para los fines de esta investigación, como el conjunto de relaciones de poder establecidas, controladas y administradas por una clase social con una alta acumulación de diferentes capitales, que a su vez les permite tener cierto grado de dominio en sociedad. Este grupo dominante ha hecho del capital cultural un mecanismo de control, dominio y autoridad, pero también han encontrado en él un mercado productivo para el aumento de su patrimonio económico. Será a partir de esta construcción sobre la definición de Economía del Arte que se entenderá y desarrollará el resto de la presente investigación.

⁸⁷ Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, p. 503

2.2 El valor del arte como construcción simbólica de las clases: su desarrollo y evolución en el marco de la Guerra Fría.

La Guerra Fría significó una reconfiguración política internacional que influyó en distintas esferas de la estructura sociopolítica en un nivel global, generando acontecimientos que marcaron la segunda mitad del siglo XX y cambiaron el objeto y alcance del mercado del arte y las industrias culturales.

La reestructuración de los centros políticos de poder reconfiguró también las ciudades núcleo del arte. Esto y la doctrina de la democracia liberal por la que Estados Unidos abogaba, fomentó a las industrias culturales como espacios de lucro contemporáneos, lo que repercutió de manera directa en el mercado del arte. Así, después de la Segunda Guerra Mundial, París dejó de ser la capital del arte, título que ahora le pertenecía a Nueva York y, a Los Ángeles, para otro tipo de expresiones tales como el cine; estas eran ahora las ciudades que albergaban a cientos de artistas y espacios de divulgación cultural. Sobre lo que Eric Hobsbawm explica:

En cuanto al mercado de arte, desde los cincuenta se descubrió que se estaba recuperando de casi medio siglo de depresión. Los precios, en especial los de los impresionistas y postimpresionistas franceses, [...] se pusieron por las nubes, hasta que en los años setenta el mercado artístico internacional, cuyo centro pasó primero a Londres y más tarde a Nueva York, igualó los récords históricos (en precios reales) de la era del imperio, para dejarlos muy atrás en el alocado mercado alcista de los años ochenta.⁸⁸

De acuerdo con cifras de Sotheby's, una de las casas de subasta más reconocidas a nivel internacional, el mercado del arte se recuperaba después de la crisis por la que atravesó durante la Segunda Guerra Mundial: "el precio de los impresionistas y postimpresionistas se multiplicó por veintitrés entre 1975 y 1989."⁸⁹ Esta etapa del mercado del arte que inicia en la segunda mitad del siglo XX, impulsó a que los inversionistas y la burguesía, comenzaran un proceso de acumulación. La compra de arte se transformó en una inversión total donde los mayores coleccionistas también eran las familias adineradas.⁹⁰ Este reposicionamiento de Estados Unidos es importante, ya que repercutió en el desarrollo del arte del continente.

⁸⁸ *Ibidem*, p. 503

⁸⁹ *Ídem*.

⁹⁰ *Cfr.*, Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, pp. 503-505

Nueva York se transformó en la escuela para los artistas latinoamericanos y la producción cultural que emanaba de sus raíces fue vendida en toda América Latina, por lo que este periodo es crucial en la historia del arte y la historia política internacional.

Sin embargo, el papel de Estados Unidos como parte de la producción cultural tanto de élites como de masas y su rol hegemónico, no comenzó a partir del final de la Segunda Guerra Mundial, sino que fue este acontecimiento el que solidificó y fortaleció su ascenso en los años cincuenta. En realidad, hubo todo un proceso detrás, y es que durante los años veinte en Estados Unidos se vivía una de las etapas económicas más fructíferas en su historia.

El fin de la Primera Guerra Mundial sentó las bases de una reestructuración hegemónica de corte político; esto y el desgaste europeo después de casi cuatro años de guerra, impulsó a los Estados Unidos de forma económica para alcanzar una posición jerárquica y una figura de liderazgo en el mercado internacional.

La Primera Guerra Mundial y el periodo entreguerras fueron el detonante que impulsó a los estadounidenses a establecer nuevas formas de vida y convivencia social. En los “gloriosos veinte”, el exceso de liquidez permitió que los eventos culturales se transformaran en actividades cotidianas regulares; incluso el fenómeno de la apropiación cultural se comenzó a fortalecer cuando las clases altas convirtieron al jazz en su música de compañía y festejo, a pesar que, por principio, este género era la representación de la raza negra, no perteneciente a la élite blanca que se la apropió. Sobre ello el estudioso de las artes y profesor de teatro, David Savran explica:

En los Estados Unidos durante la década de 1920, el jazz era mucho más que un nuevo estilo musical o género. Para los fabricantes, consumidores y árbitros de la cultura, el jazz era todo. Una *Weltanschauung*⁹¹, una identidad personal, una metafísica, una epistemología, una ética, un eros, un modo de socializar, una forma de ser completa. O más bien, todo se filtró a través de una música que parecía más innovadora, escandalosa y estimulante que cualquiera que hubiera aparecido antes. Nunca se había galvanizado un movimiento artístico en los EE. UU. y expuesto las competencias culturales y las predisposiciones de "diferentes clases y razas." En

⁹¹ *Weltanschauung*, en español se traduce como *ideología*.

unos pocos años, el Jazz se convirtió en el símbolo de una revuelta modernista en una nación que experimentaba un cambio social y económico sin precedentes.⁹²

Así fue como los clubes de jazz, las obras de teatro y el cine, fueron algunos de los eventos que, además de representar formas de convivencia y signos de opulencia, construían y fortalecían un nuevo mercado: el mercado del arte. Estados Unidos comenzó un nuevo proceso de auto-culturalización masiva, en el que los rasgos principales que los caracterizaban como sociedad formaban ahora la marca y estandarte de un nuevo producto que se expandía a nivel nacional e internacional. Así, la reestructuración interna de la nueva hegemonía permitió la solidificación de una forma de comercialización, en donde la cultura era el producto estrella a vender. Medardo Tapia, investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México, expone al proceso de masificación de la cultura como parte de un macroproceso de apropiación cultural para fines capitalistas, retomando la estructura teórica de Walter Benjamin: “Benjamin postuló que la masificación de la cultura también permitió a los marginados del arte y la alta cultura acercarse a las obras, aunque este proceso no haya sido para recogerse en ellas como los miembros de la alta cultura, sino para apropiárselas colectivamente.”⁹³

Sin embargo, a pesar del esplendor de la década de los veinte, pocos años después dio inicio una nueva crisis, conocida como “La gran depresión”⁹⁴, la cual provocó el colapso del sistema económico estadounidense, haciendo que el gobierno se planteara medidas de reestructuración internas urgentes para reactivar la economía. En este punto es cuando la industria y el mercado del arte establecen de forma oficial su importancia en la economía de Estados Unidos, ya que uno de los planes dentro del sector cultural fue el lanzamiento del *Public Works of Art Project (PWAP)*⁹⁵, el cual estaba diseñado para promover la creación de nuevos empleos en la industria del arte con la intención de avivar su economía nacional. Así,

⁹² David Savran, “The Search for America’s soul: Theatre in the Jazz Age”, [en línea], Theatre Journal, Vol. 58, No. 3, Hearing Theatre, pp. 559 -576, Baltimore Maryland, Estados Unidos, The Johns Hopkins University Press, octubre, 2006, Dirección URL: [consultado el 13 de septiembre de 2018]

⁹³ Medardo Tapia Uribe, *Mujer campesina y apropiación cultural*, Cuernavaca, Morelos, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, 1994, p.21

⁹⁴ *La Gran Depresión*, también es conocida como la crisis de 1929, su origen es reconocido el 29 de octubre después de la caída de la bolsa de Nueva York

⁹⁵ La traducción propia de de *Public Works of Art Project (PWAP)* en español es Proyecto de Obras de Arte Públicas

las obras que fueron recibidas se exhibieron temporalmente en el Museo Smithsonian y los artistas recibieron una paga justa por su trabajo. El éxito que resultó de dicho proyecto abrió paso a una nueva generación de artistas estadounidenses; aunque la mayoría no serían conocidos, este proyecto cambió la percepción del artista y sus obras como una verdadera fuente de empleos e ingresos:

De esta forma nació el Proyecto de Obras Públicas de Arte (*PWAP*), que aproximadamente en los primeros cuatro meses de 1934 contrató a 3.749 artistas y produjo 15.663 pinturas, murales, grabados, artesanías y esculturas para edificios gubernamentales en todo el país. Es posible que la burocracia no haya estado observando muy de cerca lo que pintaban los artistas, pero ciertamente estaba contando cuánto y qué se les pagaba: un total de \$ 1,184,000 (dólares) y un promedio de \$75.59 (dólares) por obra de arte, una muy buena relación (trabajo-paga) incluso para entonces. La premisa del *PWAP* era que los artistas debían tener los mismos estándares de producción y valor público que los trabajadores que empuñaban palas en los parques nacionales. Los artistas fueron reclutados a través de anuncios de periódicos colocados en todo el país; todo el programa estuvo en funcionamiento en un par de semanas.⁹⁶

También, como reacción a la difícil etapa económica que se vivía a lo largo de los primeros años de la década de 1930, la respuesta de los artistas se expresó en distintas formas: las pinturas reflejaban ahora paisajes industriales, agricultores, o alguna imagen que reflejara la caída de la calidad de vida por la que atravesaba la sociedad estadounidense. Sin embargo, la crisis de 1930 generó, dentro de la estructura económica de los Estados Unidos, la necesidad del apoyo y financiamiento por parte del Estado a la industria del cine, televisión, radio, cómics, entre otros productos culturales, para así promover el acercamiento y expansionismo cultural.

Las décadas siguientes, enmarcadas en la Segunda Guerra Mundial y el inicio de la Guerra Fría, favorecieron aún más la construcción de políticas culturales en Estados Unidos y su influencia en el sistema económico internacional. Comenzaron a emerger nuevas formas de intervención y expansionismo cultural, proceso que en 1990 Nye define como “Poder Suave”

⁹⁶ Hilton Kramer, “Critic’s Notebook; When New York Became The Modern-Art Capital”, [en línea], s/ vol., s/ núm., s/pág., New York, Estados Unidos, The New York Times, 1980, Dirección URL: <https://www.nytimes.com/1981/10/08/books/critic-s-notebook-when-new-york-became-the-modern-art-capital.html>, [consultado el 28 de agosto de 2018].

(*Soft Power*)⁹⁷, que describe la relación de dominación e influencia que estaba solidificando a Estados Unidos como el actor líder internacional en el mercado de producción cultural: “Gran parte de la investigación sobre *Soft Power* se centra en la Guerra Fría, a menudo con un enfoque en Estados Unidos. Esto refleja los orígenes del término, acuñado por Joseph Nye en respuesta a las afirmaciones de que EE. UU. había sobre exigido sus recursos durante la Guerra Fría, lo que provocaría una disminución de su posición en el escenario mundial.”⁹⁸

Este nuevo papel de dominación, se lograba, en parte, gracias a que ahora la devastada Europa después de haber librado dos guerras mundiales, había perdido su posición en el mundo del arte y sus esfuerzos y presupuesto de reconstrucción dejaban poco para el impulso y propaganda de la industria cultural. Caso contrario a lo que se desarrollaba entre la Unión Soviética y los Estados Unidos con el inicio del mundo bipolar, que concentró la atención mundial en estas dos naciones. Al tratarse de un enfrentamiento ideológico, la sustancia cultural que caracterizaba a cada bloque fue una de las armas principales de la batalla.

Durante el periodo de ocupación Nazi en 1940, el desarrollo e importancia del arte quedó rezagado. Por ello, París, la antigua capital occidental del arte, perdió su esplendor; la Ciudad de Nueva York se convirtió en el nuevo centro occidental de producción y creación de contenido artístico y cultural. Se gestaba entonces dentro de esta ciudad en Estados Unidos, una nueva era artística en la que la idea sobre democracia y libertad era parte del discurso que caracterizaba a la nueva industria cultural.

Gracias a la serie de conflictos internacionales en los que Europa occidental participó durante este periodo, se inició el movimiento de “migración cultural”, mismo que agilizó el arribo de cientos de artistas europeos a tierras americanas y facilitó un *boom* artístico occidental para el despegue de Nueva York como la nueva capital del arte moderno: “las décadas entre

⁹⁷ *Soft Power*, de acuerdo a J. Nye, puede ser entendido como, “El término de poder suave, también llamado poder blando, se refiere a la capacidad de conseguir que los demás hagan lo que uno quiere sin recurrir a la represión o al dinero”, Cfr. Joseph Nye, *Las Formas de poder*, [en línea], Entrevistas, efecto NAIM, s/ vol., s/núm., s/pág., s/lugar., s/ editor, s/fecha., Dirección URL: <https://efectonaim.net/joseph-nye-las-formas-del-poder/> [consultado el 10 de septiembre de 2018].

⁹⁸ James Doeser y Melissa Nisbett, *The Art of Softpower, A study of Cultural Diplomacy at the UN office in Geneva*, United Kingdom, King’s College London, 2017, p. 9. Traducción propia.

de la Primera Guerra Mundial y los años cincuenta son testigos de una migración que puede ser contada en millones. Algunos estudios han prestado atención a la migración cultural ocurrida en la década de 1930. Misma que comienza dado el enorme aumento del fascismo europeo [...], como los enfrentamientos de la Guerra Fría y de la posguerra en Europa.”⁹⁹ Al mismo tiempo, surgió el expresionismo abstracto como la construcción y aportación estadounidense a las corrientes artísticas.

En la década de los años cincuenta, el intercambio cultural creó una red de conexión, en donde las artes fueron una de las formas más productivas de expansión cultural; las pinturas, la música y sobre todo las artes escénicas, eran canales de producción masiva que no sólo contribuían a la batalla propagandística que se libraba entre ambos países, sino que también generaban fructuosas ganancias gracias a los conciertos, obras de teatro, venta de música, cine y exposiciones de arte entre otras actividades.

Los intercambios culturales entre los dos países, (EUA -URSS), comenzaron en 1955, dos años después de la muerte de Stalin, cuando una compañía estadounidense de *Porgy and Bess* en gira por Europa occidental fue invitada a actuar en Leningrado y Moscú, donde fueron un gran éxito. La Boston Symphony, el violinista Isaac Stern y el tenor Jan Peerce disfrutaron de éxitos similares el año siguiente.¹⁰⁰

De esta forma, el mercado del arte fue utilizado como una herramienta de expansionismo y control. Las mareas culturales con las que Estados Unidos logró penetrar al mundo durante la primera mitad del siglo XX, le permitieron posicionarse como el líder en creación, distribución y venta de cultura. La batalla propagandística que caracterizó al periodo de Guerra Fría fue el resultado de los esfuerzos masivos de las administraciones de Truman y Eisehower, quienes crearon un nuevo marco gubernamental para el fomento de cultura con operación en el exterior. Sin embargo, las políticas de contención al comunismo no sólo fueron patrocinadas y operadas por el Estado. A pesar que el papel e inversión del gobierno

⁹⁹ Marion F. Deshmuck, “Visual Arts and Cultural Migration in the 1930s and 1940s: A literature Review”, [en línea], Central European History, Vol. 41, No. 4, pp. 569 – 604, Estados Unidos, Conference Group for Central European History of the American Historical Association, 2008, Dirección URL: <https://www.jstor.org/stable/20457397>, [consultado el 5 de septiembre de 2018].

¹⁰⁰ Yale Richmond, “Cultural Exchange and the Cold War: How the Arts Influenced Policy”, [en línea], s/ vol., s/núm, s/ lugar., The Journal of Arts Management, 2005, Dirección URL: <https://doi.org/10.3200/JAML.35.3.239-246> , [consultado el 8 de septiembre de 2018]

fue masiva, la clase empresarial de los Estados Unidos también representó el sustento y motor para la masificación de la campaña cultural que se desbordó por todo el mundo, sobre ello, el historiador argentino, Claudio González Chiaramonte explica: “los empresarios y planificadores estadounidenses ayudaron a exportar, de hecho, más que paradigmas científicos y artísticos. Promovieron el sueño americano. La exportación del conjunto complejo de imágenes, símbolos, valores, tecnología, ciencia y arte era al mismo tiempo la exportación de una ideología en sí misma.”¹⁰¹

La exaltación nacionalista del nuevo arte estadounidense aprovechó la coyuntura para trascender su rol político en el campo internacional. La segunda etapa del siglo XX confirmó “que los viejos centros artísticos europeos daban muestras de desfallecimiento.”¹⁰² Sin embargo, a pesar que la producción artística y cultural de aquel continente parecía haber muerto, aún había latidos artísticos. Londres albergó grandes proyectos arquitectónicos y en Italia surge el neorrealismo cinematográfico.¹⁰³ Sin embargo, éstos no fueron más fuertes que la nueva forma de mecenazgo estadounidense, en el que las élites burguesas empresariales fueron los grandes patrocinadores de la nueva industria.

El *take over* del gobierno estadounidense en el desarrollo de las nuevas políticas públicas enfocadas en el esparcimiento del sector cultural, abrió paso a una relación de dominación, en la que las élites empresariales se transformaron en tomadores de decisiones, financiadores y promotores de la cultura estadounidense. Fundaciones como *The Ford Foundation* y *The Rockefeller Foundation*, fueron dos de las más representativas e influyentes de los Estados Unidos; principalmente en materia educativa, en donde las becas y programas de financiamiento favorecieron el intercambio de estudiantes internacionales, mismos que con el tiempo fueron también promotores de la vida y cultura estadounidense:

¹⁰¹ Claudio González Chiaramonte, “The Evolution of U. S. Cultural Diplomacy in the Cold War”, [en línea], vol. 10, núm. 28, p. 39, México, México y la Cuenca del Pacífico, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, 28 enero/abril de 2007, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/html/4337/433747604003/>, [consultado el 4 de septiembre de 2018]

¹⁰² Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, pp. 498-499

¹⁰³ Cfr., Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, pp. 498-499

El presidente Eisenhower tomó el liderazgo del área cuando lanzó las Propuestas de la Universidad de Baylor de 1956, que reclamaban una mayor participación del sector privado. Además, el presidente alentó a los grupos educativos y privados a abrir nuevos programas que contemplarían las necesidades inmediatas de otros pueblos del mundo. Entre otras iniciativas, creó el "Día del estudiante extranjero", lanzó el programa People-to-People, y en 1957 apoyó el Comité Interuniversitario, que intercambió estudiantes con la Unión Soviética¹⁰⁴

El subsidio gubernamental estuvo presente también en las artes escénicas, la producción de películas, cortos animados y conciertos. Prueba de ello fue el aumento en la creación de películas realizadas por la industria cinematográfica. Por ello, la Economía del Arte es un proceso de naturaleza sociopolítica que se desarrolla en todo el mundo y en el corazón de la sociedad estadounidense como actor protagonista de la batalla cultural librada en el marco de la Guerra Fría.

En este periodo, el arte, estuvo plasmado de rasgos distintivos que acompañaron y caracterizaron a las sociedades, mismos que a su vez formaron un tejido social único con patrones de racionalidad, comportamiento y formas de expresión que fueron irrepetibles. En su interior, la industria del arte albergó y creó momentos para la historia de la humanidad. Todo ello penetró en las construcciones ideológicas, que no sólo definieron una coyuntura específica, sino que también trazaron caminos predefinidos para las siguientes etapas históricas, incluyendo los mercados de otras naciones, como México.

¹⁰⁴ *Ídem.*

2.3 Hegemonía, industria cultural y consumo: el folklore y las artesanías como constructo social

De acuerdo al antropólogo argentino Néstor Canclini, la cultura y su papel en el mercado responden a una lógica de consumo del neoliberalismo cultural. La comercialización del arte nacional tiene detrás de su estructura una razón de ser que no es *per se* un símbolo de enaltecimiento del pasado prehispánico o de la carga de valor histórico o estético, como en el caso de América Latina. Según Canclini responden a “procedimientos a través de los cuales el capital, o las clases dominantes, provocan en las dominadas, necesidades artificiales y establecen modos de satisfacerlas en función de sus intereses.”¹⁰⁵ Esta idea que se refuerza con la abstracción gramsciana sobre el folklore como una creación de las clases altas para generar bienes de consumo asequibles para las clases populares.¹⁰⁶

La evolución del mercado del arte, desde sus inicios hasta la actualidad, resulta ser el concentrado de las constantes transformaciones sociales y de la lucha de intereses de la élite privilegiada. Pero, sobre todo, es la consecuencia del funcionamiento de un sistema económico internacional que conmuta vías de lucro entre agentes determinados, y de éstas, hace emerger relaciones de poder que buscan generar ganancias redituables para grupos específicos. Asimismo, el mercado del arte se ha transformado en una estructura de naturaleza dual, en la que convergen y se fundan redes culturales con intereses económicos. Hoy, está dotado de una infraestructura y un sistema de funcionamiento con características institucionalizadas que se apegan a un marco legal internacional.

De acuerdo a David Throsby, el fortalecimiento de la industria cultural es gracias a que el sistema capitalista internacional ha hecho de la cultura un producto global con altas tasas de rendimiento y se debe a la legitimación de las prácticas comerciales bajo la premisa del liberalismo económico y democracia liberal, que han permitido que la industria forjada sobre la cultura haya creado una nueva forma de hegemonía cultural.

¹⁰⁵ Néstor García Canclini, *El consumo cultural: una propuesta teórica*, [en línea], pp. 35, s/editorial, s/año, Dirección URL: <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf>, [consultado el 16 de febrero de 2019]

¹⁰⁶ Vid., Antonio Gramsci, *Cuadernos de la Carcel*, Edición crítica del Instituto Gramsci, México, Editoriales Era, 1981, p. 99

Throsby argumenta también que el éxito comercial de la industria cultural se basa en la premisa que afirma la liberación del comercio como fuente de bienestar mundial. Sin embargo, este argumento se ha convertido también en la fuente que alimenta al imperialismo cultural internacional: “el imperativo económico impulsa el sistema del comercio mundial hacia la reducción del proteccionismo y a dejar en libertad a los mercados globales, se basa, desde luego, en la sencilla preposición de que el libre comercio maximiza el bienestar mundial.”¹⁰⁷

En este contexto, el mercado del arte, específicamente el mexicano, hoy cuenta con un mecanismo de regulación de carácter institucional, regido e impuesto por el Estado. Pero también, y más importante aún, de acuerdo a Canclini, el mercado del arte en general ha revalorizado sus objetos para que éstos formen parte y sean funcionales dentro del sistema capitalista internacional. Han dejado atrás el valor estético y la carga cultural con la que se piensa y estudia al conjunto de obras que forman al mercado de bienes culturales, para convertirse en una serie de productos folklóricos que sirven a los intereses funcionales de la hegemonía cultural, basada en la división social de clases.

Para Canclini, la producción de folklore también representa la abstracción de la realidad coyuntural realizada por las élites sobre la cultura popular; es decir, es una interpretación de una realidad en la que no están inmersos, una realidad de la que sólo son espectadores lejanos, para así estudiarla y entenderla como parte de una subrealidad o una realidad alterna que confluye con la suya pero que difícilmente entienden o priorizan.¹⁰⁸ Pero que han logrado manipular para su propio beneficio económico.

Por ello, el mercado del arte mexicano es el resultado de una abstracción y una serie de estudios sobre la cultura popular, mismos que han sido realizados por una élite bicéfala que se compone de un ámbito gubernamental y se refuerza con una élite de clase. Ambos grupos han logrado la resignificación de la cultura, y en el caso particular de estudio de esta

¹⁰⁷ David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p. 148

¹⁰⁸ Norma Juliana Lazcano Arce, *et. al.*, *El trabajo artesanal, una estrategia de reproducción de los Mazahuas en la Ciudad de México*, [en línea], México, Instituto Nacional de las Mujeres, octubre de 2005, Dirección URL. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100425.pdf, [consultado el 18 de febrero de 2019]

investigación, las artesanías son parte de las estrategias de reproducción y transformación del capitalismo; idea que es sostenida también por Canclini. De acuerdo a etnóloga Juliana Lazcano Arce: “las artesanías son empleadas como instrumento ideológico por la cultura hegemónica y para la reproducción del capital, de tal forma que dejan de ser parte de la cultura campesina para convertirse en objetos folklóricos del sistema capitalista nacional y transnacional.”¹⁰⁹

Asimismo, el crítico teórico inglés. Homi K. Bhabha aborda el argumento de la multiculturalidad, sobre el que usualmente se establecen los criterios favorables para defender la comercialización de la cultura y el capitalismo cultural, como un intento de falsa homogeneidad social, en el que la hibridación de las culturas resulta ser una estructura política de intereses de clase en la que tanto el poder como la hibridación son desiguales. El motivo es que existen principios políticos que rigen las estructuras sobre las que se fundamenta el multiculturalismo y que hacen de él una herramienta para fortalecer la idea de los principios de una sociedad democrática liberal.¹¹⁰

Escribe Bhabha sobre la hibridación: “esta es una cultura parcial, es el tejido contaminado pero conectivo entre culturas: y a la vez imposibilidad de la inclusividad de la cultura y límite entre ellas. Se trata de algo así como el «entre-medio» [in-between] de la cultura, desconcertantemente parecido y diferente.¹¹¹ Es decir, que, al hablar del valor de las artesanías por considerarlas como un producto vendible al ser parte de una lógica de mercado y resultado “multicultural”, es en realidad un engaño capitalista, porque tanto la hibridación como la multiculturalidad se sostienen y perpetúan bajo las estructuras de desigualdad social, lucha de clases y dominio hegemónico.

Por lo tanto, las artesanías, como parte de la construcción “multicultural” o como resultado de la hibridación de las culturas, resultan ser parte de las herramientas de un sistema que

¹⁰⁹ *Ibidem*, p. 18

¹¹⁰ *Cfr.*, Homi K. Bhabha, en Stuart Haul y Paul du Gay, *Cuestiones de identidad cultural*, Argentina, Amorrortu editores, 1996, p. 96

¹¹¹ Homi K. Bhabha, en Stuart Haul y Paul du Gay, *Cuestiones de identidad cultural*, Argentina, Amorrortu editores, 1996, p. 96

argumenta y defiende la desigualdad a través de un discurso con carácter democrático-liberal, pero que en el fondo fortalece las brechas de desigualdad y aprueba las redes de poder que se construyen sobre la cultura. Bhabha explica al nacimiento del concepto de “hibridez” como parte del ejercicio de reconceptualización por el que se legitiman las autoridades y regidores de la cultura¹¹², sobre ello Bhabha escribe: “desarrollé el concepto de hibridez para describir la construcción de la autoridad cultural en condiciones de antagonismo o inequidad política.”¹¹³

Para Bhabha, el multiculturalismo, forma parte del reconocimiento de cada identidad en una formación política determinada, lo que él define como “un correctivo a las políticas de clase”. Sin embargo, el multiculturalismo “se ha convertido en el signo más cargado para describir las contingencias sociales fragmentadas que caracterizan la Kulturkritik contemporánea.”¹¹⁴ En esta lógica, el proceso de revalorización de las artesanías parte de la intención de una cultura hegemónica por transformar un objeto que había sido valorizado *per se* por sus características y carga cultural, para hacer de él una mercancía funcional en el sistema capitalista internacional. Tanto los estudios como las formas de consumo que incluyen los canales de venta y distribución de la cultura y el arte, son controladas por grupos hegemónicos con gran influencia y poder en el sistema internacional.

Así, los administradores simbólicos e ideológicos que poseen la toma de decisiones sobre lo que refiere a lo cultural y artístico dentro de un Estado, vierten sus intereses en políticas públicas como estrategias legítimas, que pueden permear en el corazón ideológico de una sociedad, idealizando y romantizando la idea de cultura, pueblos originarios, tradición, historia, etcétera, para hacer de ellos una herramienta de poder y control. Tal como ocurrió con el Muralismo, movimiento artístico emblemático de México a mediados del siglo XX que se transformó también en el motor para el impulso de un mercado de arte nacional. A partir de la Revolución y el Muralismo, el poder gubernamental retoma a la cultura como parte de su estrategia de mercado y de gobierno.

¹¹² Cfr., Homi K. Bhabha, en Stuart Hall y Paul du Gay, *Cuestiones de identidad cultural*, Argentina, Amorrortu editores, 1996, p. 103

¹¹³ *Ibidem*, p. 103

¹¹⁴ *Ibidem*, p. 98

De acuerdo con Canclini, el folklore representa una pieza fundamental en la cohesión y aceptación del arte nacional como parte de la intención del Estado para la formación de una identidad nacional:

Su política cultural consiste sobre todo en la promoción del folklore, concebido como archivo osificado y apolítico. Este folklore se constituye a veces en torno de un paquete de esencias prehispánicas, otras mezclando características indígenas con algunas formadas en la colonia o en las gestas de la independencia, en otros casos convirtiendo en matriz histórica ciertos rasgos que distinguirían nuestra personalidad nacional de lo otro: lo foráneo, lo imperialista. Ya sea como folklore rural o urbano, tales tendencias coinciden al pretender encontrar la cultura nacional ya lista en algún origen quimérico de nuestro ser, en la tierra, en la sangre o en virtudes del pasado desprendidas de los procesos sociales que las engendraron y las siguieron transformando.¹¹⁵

La inserción del folklore en las políticas públicas construidas y patrocinadas por el Estado reafirman el papel de las artesanías en el espacio público-social, en donde cumplen una función política-comercial, dejando atrás la significación de lo estético, de lo cultural y de lo histórico para cumplir nuevas funciones que satisfagan las necesidades del mercado. Sin embargo, la institucionalización de lo artístico y cultural también permitió que el desarrollo de organismos e instituciones locales e internacionales pudiera dar cabida a una nueva etapa de lo cultural.

Para David Throsby, las políticas públicas relacionadas con la cultura son el reflejo del vínculo entre el Estado y el dominio y comercialización de la cultura basado sobre objetivos del libre mercado. Es decir que los planes de acción que involucran temas culturales y educativos en los que hay presencia de estos dos entes, cargan consigo intereses económicos: “tal vez no haya ningún otro campo en el que la relación entre economía y cultura se más directo que en el ámbito de las políticas públicas [...]”.¹¹⁶ Y uno de los logros más importantes de la institucionalización y comercialización de la industria cultural ha sido el forjarla como

¹¹⁵ Néstor García Canclini, *De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular*, [en línea], s/lugar, s/editorial, s/fecha de edición, Dirección URL: https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini_-_de_que_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf, [consultado el 18 de febrero de 2019]

¹¹⁶ David Throsby, *op. cit.*, p.153

la viva representación del entramado cultural y de la identidad de los pueblos para venderla al mundo. Sobre ello, Canclini explica:

Ese reduccionismo anacronizante fomentó una idealización de lo popular que subsiste hoy, más que, en las investigaciones, en las políticas de exhibición. Los museos de cultura popular y los grupos artísticos que recrean para públicos urbanos la música y las danzas tradicionales operan en esa misma descontextualización: muestran los productos y esconden el proceso social que los engendró, seleccionan los objetos, los movimientos que mejor se adaptan a los criterios estéticos de las élites, y eliminan los signos de pobreza y la historia contradictoria de luchas con la naturaleza y entre los hombres que está en el origen de las artesanías y las danzas. Son los Estados, que en general patrocinan los museos y grupos artísticos, quienes hoy prolongan esta manera arcaizante de hablar de lo popular.¹¹⁷

En el contexto de esta dinámica, las artesanías en México son prueba del fallo del Estado, no sólo como promotor y administrador de la cultura nacional, sino como proveedor de una buena calidad de vida, ya que detrás de la romanización que se hace bajo los programas culturales del Estado para fomentar ciertas prácticas culturales, hay desigualdad, pobreza, exclusión y estratificación social que forman parte de los problemas estructurales sobre los que se sostiene el país.

Respecto a ello, el crítico e historiador de arte cubano, Gerardo Mosquera, habla sobre la relación entre la cultura y la globalización a partir de una lógica de funcionamiento mercantilizada. Explica a la globalización como una estructura compleja, que a su vez es completamente dependiente de las subestructuras, procesos y relaciones que se desarrollan dentro de una sociedad.¹¹⁸ De acuerdo a Mosquera “la globalización necesita de lenguajes, instituciones y usos internacionales que hagan posible la comunicación en escala planetaria.”¹¹⁹ Es decir que, tanto el funcionamiento de la globalización como su éxito, están sujetos a estructuras y comportamientos que derivan de los procesos más simples que ocurren dentro de una sociedad; en este sentido, la globalización no es un fenómeno

¹¹⁷ *Ibidem*, p. 154

¹¹⁸ *Cfr.*, George Yúdice, “La Reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y el siglo XXI en América Latina”, [en línea], vol. 67, no. 197, pp. 20, s/ lugar, Revista Iberoamericana, octubre – diciembre 2001, Dirección URL: <https://revista-iberoamericana.pitt.edu/ojs/index.php/Iberoamericana/article/viewFile/5840/5985>, [consultado el 27 de julio de 2019].

¹¹⁹ *Ídem*.

aislado ni independiente, sino que moldea a la sociedad para sus intereses y los convierte en herramientas.

Asimismo, el modelo mercantilista sobre el que se construye la formación del mercado internacional de la cultura basa su dominio en la acumulación y privatización del conocimiento. De acuerdo al especialista en estudios económicos y sociales de la cultura estadounidense, George Yúdice, la era posfordista influyó también en la producción y venta de la cultura, ya que los activos culturales acumulados territorialmente por los países se transformaron en productos procesados fuera de las fronteras de su país de origen y consumidos globalmente.¹²⁰ Así, el país de origen “es significativo sólo en la medida que genera valor añadido en un contexto en que las diferencias aguzan la demanda.”¹²¹

2.4 México y la economía del arte del siglo XX como parte de la reconfiguración política de su identidad nacional y el nacimiento del mercado del arte en territorio nacional

Durante la primera mitad del siglo XX, en México se gestaban diferentes proyectos políticos, luchas de facciones y choques de intereses, que construían múltiples realidades dentro del territorio mexicano. Sin embargo, había un proyecto nacional inherente en las luchas individuales por el deseo y la necesidad de la construcción de una nación, lo que representaba un proceso mucho más complejo y que requería de la vinculación de procesos sociales que emanaban de la cultura, que requerían la construcción histórica y que originaban modelos de estructuras identitarias. Para el investigador mexicano, Armando Vásquez, el nacimiento de una nación es más que un proyecto político: “la construcción de una nación no es un asunto exclusivamente político, aunque esto no evita que el debate fundamental sobre la nación termine dirimiéndose en el campo de los conceptos políticos. Se trata también de un proceso

¹²⁰ *Cfr.*, George Yúdice, “La reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y el siglo XXI en América Latina”, [en línea], vol. 67, no. 197, p. 20, s/ lugar, Revista Iberoamericana, octubre – diciembre 2001, Dirección URL: <https://revista-iberoamericana.pitt.edu/ojs/index.php/Iberoamericana/article/viewFile/5840/5985>, [consultado el 27 de julio de 2019]

¹²¹ *Ídem.*

mental, cuyo funcionamiento tiene que ver con el desarrollo de modelos culturales, filiaciones, arquetipos, mitos y ritos.”¹²²

Por ello, el diseño y la construcción de una nación requieren de un elemento histórico para dar legitimidad al Estado y crear una identidad colectiva, ya que son estos dos factores los que fortalecen la estructura nacional. Por lo tanto, es la historia quien crea memoria y fortalece el sentimiento de pertenencia de una sociedad.¹²³ Sin embargo, el discurso formador de identidad también fue trabajo de las élites políticas, intelectuales y artísticas que colaboraron para moldear un ideario nacional y adoctrinar a la sociedad sobre su identidad y sobre la concepción histórica de su nación.¹²⁴ Lo anterior resulta importante para este apartado, ya que en el caso de México, los movimientos artísticos que se forjaron en el país, en especial durante los primeros cincuenta años del siglo XX, son parte de una ola de exaltación del pasado indígena de la nación. A partir de ello, la cultura y el arte resultan ser parte de los procesos políticos e históricos que permean en el ideario de la colectividad y generan cambios estructurales de carácter social.

De acuerdo a Néstor Canclini, en México, la historia ha sido uno de los factores más importantes para la construcción no sólo de la identidad nacional, sino que también ha fungido como factor para la cohesión social y le ha permitido al Estado convertirse en el rector y administrador de la cultura, para después transformar a ésta en un bien público, sobre ello explica Canclini que “el papel del Estado como gestor de la producción tradicional, promotor de la alta cultura y de la popular, fue formado durante los siglos XIX y XX en un fuerte sistema público de gestión de los bienes y las instituciones.”¹²⁵

¹²² Mario Armando Vázquez Soriano, *La construcción de la nación en hispanoamérica*, [en línea], p. 446, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Dirección URL: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3540/20.pdf>, [consultado el 3 de mayo de 2019]

¹²³ *Ídem.*

¹²⁴ *Cfr.*, Guillermo A. Brenes-Tencio, “Imágenes para la construcción de la nación en México a mediados del siglo XIX e inicios del siglo XX”, [en línea], vol. 23, pp. 30, s. lugar, Revista Herencia, 03,03, 2010, Dirección URL: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/download/10344/9733/> [consultado el 4 de mayo de 2019]

¹²⁵ Néstor García Canclini, *La cultura de México: avances de la investigación, políticas postergadas*, [en línea], p. 8, s. Lugar, Universidad Autónoma de México, UAM, Dirección URL: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/82_nov_2005/casa_del_tiempo_num82_17_24.pdf p. 18, [consultado el 5 de mayo de 2019]

Por lo que, la estructura gubernamental mexicana, estaría sostenida por los cimientos contruidos a partir de un pasado histórico conmemorativo de las memorias indígenas y se fortalece en las raíces culturales propias de su sociedad. El Estado mexicano utiliza a la historia y a la cultura como instrumentos de validación de sí mismo y de sus actos. Prueba de ello ha sido el trabajo por institucionalizar la cultura y parametrizar la historia. Como signo de estas funciones del Estado, fueron creados durante el siglo XX bibliotecas, museos, recintos culturales y programas de apoyos a artesanos.¹²⁶

El sociólogo Gerardo Estrada, considera a la cultura como la base elemental de la creación de identidad nacional; como si ésta fuera el cartílago que mantiene unidas a todas las estructuras y componentes de una sociedad como un elemento que soporta el peso de una nación en distintos niveles. Sobre ello, explica Estrada: “el desarrollo de la cultura es la fuente principal de identidad para las colectividades humanas, las que sin desarrollo cultural son un grupo sin bases firmes para su consolidación y autorrealización. Es por ello que, para todos los pueblos organizados, naciones, regiones y comunidades, la cultura constituye uno de los elementos esenciales de integración e identidad.”¹²⁷

Como parte de la obra titulada *Los grandes problemas de México*, Estrada escribe *Apuntes para una historia de la cultura mexicana en el siglo XX*, en donde describe la dinámica existente entre la formación de la estructura política, las clases sociales y la cultura dentro de México. Estrada argumenta que fue en el periodo del Porfiriato en el que el grupo de los intelectuales mexicanos cobra mayor fuerza sobre la influencia que éstos tenían en el proceso revolucionario que acontecía en el país, y que su papel repercutía más allá de cuestiones básicas sobre arte; en realidad eran forjadores de identidad y precursores del nacionalismo:

Para el observador extranjero resulta sorprendente el peso específico que tienen en la vida política y social de la nación las opiniones y los avatares de sus universidades, intelectuales y artistas y, por supuesto, los elementos simbólicos derivados de su quehacer creativo. Lo más

¹²⁶ Cfr., Néstor García Canclini, *La cultura de México: avances de la investigación, políticas postergadas*, [en línea], p. 8, s/ Lugar, Universidad Autónoma de México, UAM, Dirección URL: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/82_nov_2005/casa_del_tiempo_num82_17_24.pdf p. 18, [consultado el 5 de mayo de 2019]

¹²⁷ Gerardo Estrada Rodríguez, *Los Grandes Problemas de México*, Apuntes para una Cultura de la Historia Mexicana del Siglo XX, México, El Colegio de México, 2010 primera edición, p. 454

notable no es el obvio papel preponderante que esos grupos juegan en la vida cultural e intelectual del país, sino su capacidad de influir y convertirse, si no en un factor de poder determinante, sí en un punto de referencia obligatorio para la vida política del país, tanto en la opinión pública como en la retórica gubernamental.¹²⁸

Así, la interiorización de los propios *valores culturales, religiosos y estéticos*¹²⁹ es considerada como herramienta para la dominación de una clase y también como estrategia para la unión de un grupo u organización que se encontraba en un proceso constante de autoreconocimiento, de autovalorización y de cambio. La cultura, en dicho espacio temporal, representaba el conjunto de conocimientos e intereses de una clase dominante acumulados con el paso del tiempo y servían como base para el proyecto del futuro de la nación.

Esta dinámica histórica mexicana coincide con la explicación teórica de Bourdieu sobre el papel y la intervención de los actores en un campo, mismo que existe con la intención de sustentar el monopolio de la reproducción de capital por medio de un mercado de bienes simbólicos en el que la clase social dominante traza estándares y relaciones constitutivas para controlar el juego de la conquista de legitimidad cultural, en el que a su vez existen posiciones culturales, sociales, científicas y artísticas que se nutren de un sistema de reproducción de clases.¹³⁰ El proceso mexicano que acontece en este periodo, en el que la cultura es la estrategia del Estado, es prueba de la estructura de legitimación cultural que se encuentra bajo el poder de las clases poseedoras de capital cultural.

Por ello, en el proyecto educativo que fue característico del periodo de Díaz a inicios del siglo XX, la cultura y el arte eran las bases para el nuevo proyecto de nación que, de acuerdo al discurso estatal, buscaba no sólo la modernización del país sino también encarrilar a México sobre una línea de desarrollo. Sin embargo, tal y como lo explica la estructura teórica de Bourdieu, aquel proyecto de nación fue la consecuencia del conjunto de intereses de la clase dominante, que constituía también el poder político del país.

¹²⁸ *Ídem.*

¹²⁹ *Cfr.*, Gerardo Estrada Rodríguez, *Los Grandes Problemas de México*, Apuntes para una Cultura de la Historia Mexicana del Siglo XX, México, El Colegio de México, 2010 primera edición, p.455

¹³⁰ *Cfr.*, Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*, Argentina, Siglo XXI editores, 2010, s/ edición, pp. 140 - 145

A partir de ese momento, la serie de programas y recursos que formaban parte del medio cultural comenzaron a ser subvencionados por el gobierno. A su vez, el grupo de intelectuales que nació, resultó también beneficiado por las nuevas políticas y el interés del Estado que comienza a hilar redes de poder que les permitían a los actores de este campo tener una mayor influencia dentro de la formación de la nueva estructura social nacional. Así es como la primera mitad del siglo XX se transformó en uno de los momentos cruciales para el desarrollo de tres grandes procesos del arte y la cultura en México: el primero es la cultura mexicana como fuente innata de identidad nacional; el segundo es el surgimiento institucional de la clase burguesa en el ámbito intelectual y cultural; y el tercero es el nacimiento de un mercado del arte como consecuencia de las dos anteriores.

Sin embargo, el proyecto estructural que se desarrollaba en aquel momento dejó entrever la naturaleza burguesa del mismo y de la clase gobernante que lo había impulsado; lo que había iniciado como el gran proyecto de nación, era en realidad parte del interés, la aspiración y el anhelo por seguir el modelo institucional y artístico europeo.¹³¹ Durante este mismo siglo, José Vasconcelos, después de Justo Sierra, fue el encargado de continuar con el proceso de reactivación cultural y artística por medio de la educación. Vasconcelos creía en la formación integral y colectiva de la sociedad por medio de la creación de un aparato crítico, en donde los intelectuales debían fungir como cabecillas y guías; aquello dio a la educación uno de los roles principales en la estructura nacional que comprendía e influía en ámbitos de materia económica y social.

Así, por primera vez, la cultura en México se transformó en un agente de cambio y en un componente clave para el desarrollo nacional y del crecimiento económico que se buscaba para el país después del periodo de lucha posrevolucionaria.¹³² Vasconcelos, al convertirse en rector de la Universidad Nacional, refrendó la importancia de la fusión entre la educación y la cultura como una de las mayores fortalezas de la nación y también al campo de los

¹³¹ Cfr., Gerardo Estrada Rodríguez, *Los Grandes Problemas de México*, Apuntes para una Cultura de la Historia Mexicana del Siglo XX, México, El Colegio de México, 2010 primera edición, p. 458

¹³² Cfr., Carlos Gallegos, "Pensamiento y Acción Política de José Vasconcelos", [en línea], Vol. 37, No. 149, p.138, México, s/editor, 1992, Dirección [URL:http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/51078](http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/51078), [consultado el 5 de diciembre de 2018]

intelectuales como fruto del saber, responsables de la impartición del conocimiento; Carlos Gallegos, politólogo mexicano, escribe sobre el discurso de Vasconcelos:

Alguna vez se estudiará a fondo este fenómeno capital de nuestra historia próxima; por hoy bastará decir sumariamente que la Revolución nos creó, y mantuvo en nosotros por un tiempo largo, la ilusión de que los intelectuales podíamos hacer algo por el México nuevo que comenzó a fraguarse cuando todavía no se apagaba completamente la mirada de quienes cayeron en la guerra civil, y ese hacer algo no era, por supuesto, escribir [...]; era moverse tras una obra de beneficio colectivo [...]. Lo que en aquellos tiempos se nos pedía hacer, lo que nosotros queríamos hacer y lo que hicimos, posponiendo el ejercicio de nuestro oficio de escritores, correspondía a toda una visión de la sociedad mexicana, nueva, justa, y en cuya realización se puso una fe encendida, sólo comparable a la fe religiosa.¹³³

El despertar artístico que se vivió en México durante la primera mitad del siglo XX fue resultado del trabajo de un grupo de intelectuales que, dentro del medio político, comenzaban también a cobrar fuerza. El *Muralismo*, es el arte que representa el movimiento artístico de la época, y la comunidad de artistas que lo conformaba era parte del grupo de intelectuales en cuyas manos recayó parte de la responsabilidad de la reconstrucción estatal como un proyecto político, sin embargo, también se transformaron en actores para el nacimiento de una nueva etapa de nacionalismo. Así, el periodo que abarca los primeros años del siglo XX resulta fundamental para la prospectiva del país en distintos ámbitos: desde la forma cultural, hasta el reposicionamiento del arte y la cultura como parte elemental de los intereses del gobierno dentro de un proyecto de nación.

En 1910, se gestaba en México uno de los movimientos artísticos más importantes de su historia, el *Muralismo*, que representaba para el país una forma de expresión con mensajes políticos de luchas y causas sociales, era la corriente que se expandía por todo el país bajo las ordenes de Vasconcelos, cuando éste fungía aún como Secretario de Educación Pública, el Muralismo se impregnó como parte de la identidad nacional pero también lo hizo en las paredes de diferentes dependencias de gobierno, universidades y oficinas privadas, todas éstas se llenaban de una nueva forma de arte y a pesar de que el muralismo comenzó a

¹³³ Carlos Gallegos, "Pensamiento y Acción Política de José Vasconcelos", [en línea], Vol. 37, No. 149, p.138, México, s/editor, 1992, Dirección URL:<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/51078>, [consultado el 5 de diciembre de 2018]

principios de siglo, desencadenó en el interior del país el nacimiento y desarrollo de una serie, y escuela de artistas que fortalecieron tanto el estudio del arte como a su mercado.

En esta misma década comenzó la etapa de reconstrucción y reconfiguración nacional más importante para el mercado y el mundo del arte mexicano, no sólo porque emerge el *boom artístico* latinoamericano, representado por el Muralismo, sino también porque nace, dentro de la estructura social mexicana, el proceso de búsqueda de identidad. El régimen político del momento buscaba desprenderse de todos aquellos símbolos, signos y tradiciones que les habían sido impuestos a lo largo de su historia, orillándolos a comenzar un proceso de búsqueda y autorecreación identitaria nacional.

Así, los muralistas expusieron a su movimiento como la máxima expresión de los intereses e historia del proletariado, como signo de colectividad y manifestación de espiritualidad que no representaba únicamente a México, sino de alguna forma intentaba recrear la historia entera de Latinoamérica ante una comunidad internacional, que para el momento histórico resultaba ser amenazante, dominante y expansionista, pero también parecía ser un movimiento que enaltecía los valores, la historia y las tradiciones de la colectividad y del pasado histórico de un México como pueblo indígena y multicultural. Por ello, el Muralismo rechaza al elitismo del arte, a sus métodos y a su doctrina. De esta forma, a mitad de siglo, los muralistas escribían lo siguiente sobre el arte nacional:

El arte del pueblo de México es la manifestación espiritual más grande y más sana del mundo y su tradición indígena es la mejor de todas. Y es grande precisamente porque siendo popular es colectiva, y es por eso que nuestro objetivo estético fundamental radica en socializar las manifestaciones artísticas tendiendo hacia la desaparición absoluta del individualismo, por burgués. Repudiamos la pintura de caballete y todo el arte del cenáculo ultra-intelectual por aristocrático y exaltamos las manifestaciones de Arte Monumental por ser de utilidad pública, proclamamos que toda manifestación ajena o contraria al sentimiento popular es burguesa y debe de desaparecer porque contribuye a pervertir el gusto de nuestra raza.¹³⁴

¹³⁴ El secretario general, David Alfaro Siqueiros; el primer vocal, Diego Rivera; el segundo vocal Xavier Guerrero, Fermín Revueltas, José Clemente Orozco, Ramón Alva Guadarrama, Germán Cueto y Carlos Mérida, *Discurso por el proletariado del mundo*, [en línea], p. 230, México, Secretaría de Relaciones Exteriores de México, Dirección General de Acervo Histórico Diplomático, s/año, Dirección URL: https://acervo.sre.gob.mx/images/libros/cultura/5_artes_plasticas.pdf, [consultado el 10 de septiembre de 2018]

En este mismo contexto, el Muralismo no fue el único movimiento artístico que se forjaba como el pilar de representación social y política de lo que ocurría en el interior del país. En paralelo, las artesanías fueron también producto del nuevo proceso de autoconstrucción identitaria, mismo que seguiría desarrollándose y fortaleciéndose con el paso del tiempo. Gracias a la Revolución y al grupo de los intelectuales y políticos surge una expansión de la burbuja por enaltecimiento del nacionalismo, lo que trajo consigo la elaboración y producción de arte con una gran carga de valor intelectual y cultural.

La ola de cambio en la primera mitad del siglo XX incluyó la modernización del país de forma científica y la internacionalización del arte mexicano como representante nato de los movimientos y cambios sociales internos. Las políticas culturales estaban avaladas y revaloradas por todo un grupo de intelectuales y eran apoyadas y financiadas por un régimen que utilizó el folklorismo como instrumento político con carácter, en términos de Gramsci, *histrionista*.¹³⁵ Todos eran parte de un proyecto de nación dentro de una coyuntura internacional que atravesaba por una reconfiguración de centros de poder y una reestructuración política internacional.

Por el contrario, en el periodo posrevolucionario, el papel de la cultura no continuó siendo uno de los intereses principales de los grupos de poder, pero seguía representado por nuevos grupos de artistas-intelectuales que mantenían su presencia dentro de la escena política del país.

En las décadas siguientes se vieron nacer distintos proyectos que fomentaban las artes y la cultura en México, proyectos que hasta la actualidad son grandes obras representantes de un momento de esplendor científico, cultural y artístico en la nación, en 1944 se crea la Hemeroteca Nacional, que se dejó manos de la Universidad Nacional Autónoma de México, (UNAM), asimismo se da el nacimiento del Observatorio Astrofísico de Tonantzintla y del Instituto Nacional de Cardiología, años más tarde se concretaría la construcción del Instituto Nacional de Bellas Artes, en 1946 y el impulso a la construcción de Ciudad Universitaria, inaugurada en 1952.¹³⁶

¹³⁵ Antonio Gramsci, *Cuadernos de la Carcel*, Edición crítica del Instituto Gramsci, México, Editoriales Era, 1981, p. 99

¹³⁶ *Cfr.*, Gerardo Estrada Rodríguez, *Los Grandes Problemas de México*, Apuntes para una Cultura de la Historia Mexicana del Siglo XX, México, El Colegio de México, 2010 primera edición, p. 466

Como parte de los cambios culturales, políticos y sociales que se vivían en el país, la producción de artesanías también era pieza clave del cambio estructural, ya que además de formar parte de un movimiento artístico que enaltecía un pasado histórico indígena, eran parte del interés del gobierno por hacer funcional a la cultura de forma económica; es decir, que fungieran como productos rentables y que pudieran producir ganancias económicas dentro de la esfera del arte nacional con carácter lucrativo. Ello no omitía la carga y valor cultural con el que se producían, ni la historia que representaban. Las artesanías sí personifican y materializan el conjunto de memorias históricas, costumbres y tradiciones de distintos pueblos originarios indígenas de México. He allí la gran importancia de éstas.

Retomando la construcción teórica de Canclini sobre el folklore como un instrumento ideológico resignificado por el régimen y por la burguesía por medio de políticas culturales para transformar a la cultura en producto¹³⁷, el fomento y el apoyo gubernamental ofrecido a los artesanos puede analizarse desde una perspectiva distinta, En todo momento fue acompañado de un interés de naturaleza política y económica por acercar a los pueblos indígenas que se encontraban alejados y excluidos de la nueva estructura y convivencia social centralizada que se desarrollaba en México, aunado al nuevo modelo de desarrollo comercial. Gracias a este contexto nace en 1948 el Instituto Indigenista Interamericano (INI), el aparato del gobierno con mayor importancia en temas de gestión cultural a mitad de siglo XX.

De acuerdo a la etnóloga mexicana, Victoria Novelo, “el INI fue creado porque el gobierno federal consideraba que había en el país un problema indígena que debía ser resuelto de forma integral.”¹³⁸ Al hablar de un problema indígena, Novelo refiere a la visión y empeño del gobierno por hacer de los grupos indígenas y de su arte una forma de comercio, de manera que integrarlos en una dinámica comercial útil para el sistema que se venía formando en la coyuntura nacional resulta ser parte del interés económico del gobierno.

¹³⁷ Néstor García Canclini, *De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular*, [en línea], s/lugar, s/ editorial, s/fecha de edición, Dirección URL: https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini_-_de_que_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf , [consultado el 18 de febrero de 2019]

¹³⁸ Victoria Novelo, *Artesanías y capitalismo en México*, Ciudad de México, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1976, p. 50

Desde 1930 hasta 1965, México creó un modelo de institucionalismo cultural, que, conforme a la Ley Orgánica de 1939, lo relacionado con la cultura sería dependiente del máximo órgano institucional educativo de la nación, la Secretaría de Educación Pública. De acuerdo a Sergio Yáñez, profesor investigador del Instituto Nacional de Antropología e Historia, este periodo en México se caracterizaba por tres particularidades, que representan y explican el eje que siguió el desarrollo de la cultura y su institucionalización dentro del país:

1. Nacionalismo, soberanía e identidad nacional como directrices fundamentales del Estado mexicano, y guías de acción de su papel en la cultura.
2. Reconocimiento oficial de la importancia de los patrimonios culturales y artísticos, así como el inalienable compromiso gubernamental con su preservación, cuidado y difusión.
3. Vinculación temática, disciplinaria, política, orgánica y operativa de la educación oficial con la cultura nacional y el patrimonio cultural¹³⁹

Los tres factores anteriores fueron los pilares que produjeron el esplendor de la cultura en ese periodo. En el siglo XX da inicio la mayor ola de impulso y financiamiento hacía el sector cultural. De acuerdo al economista mexicano, Ernesto Piedras, para finales de la década de 1990 la cultura representaba el 6.7% del PIB.¹⁴⁰ A su vez, las artesanías formaban parte del proyecto político del siglo, ya que representaban y enaltecían la construcción histórica indígena. Así fue como éstas se transformaron en una forma de internacionalizar y vender la cultura mexicana, para convertirla en un nuevo nicho de mercado. A comparación del muralismo, la interferencia del gobierno representó para las artesanías su institucionalización y la creación de distintos programas que buscaban, de forma idealista, impulsar a este naciente mercado. Sin embargo, esto no resolvió de ninguna forma el gran problema de la exclusión de grupos indígenas de México o el racismo y clasismo social como las problemáticas centrales y de mayor peso que caracterizaban a la sociedad.

¹³⁹ Sergio Yáñez Reyes, “El Instituto Nacional de antropología e historia”, [en línea], vol. 13, núm. 38, pp. 47-72, México, Revista Cuicuilco, septiembre – diciembre 2006, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/351/35103804.pdf>, [consultado el 6 de mayo de 2019]

¹⁴⁰ Ernesto Piedras, ¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2004, p. 67

Por otro lado, las artesanías también les proporcionaron a los mexicanos una nueva forma de representación. Asimismo, en los años cincuenta, el modelo de sustitución de importaciones que se implementó dentro de la estructura económica nacional ayudó a fortalecer el mercado interno de la producción de artículos artesanales, lo que generó el medio propicio para el despegue de su venta a nivel nacional.

Aunado a la coyuntura nacional que se vivía en este periodo histórico, la Guerra Fría y el reposicionamiento estadounidense en un contexto internacional, impulsó también el acercamiento y estudio de la sociedad mexicana a las artes y su industria. No sólo porque una gran parte de los artistas mexicanos se forjaron dentro de la nueva escuela neoyorkina de arte¹⁴¹, sino también porque dentro del país los artesanos comenzaban a figurar en el mercado como nuevos actores, con un producto con gran carga cultural a vender. Gracias al papel que ahora tenía Estados Unidos sobre la comercialización de la cultura como una herramienta de representación y expansionismo cultural, y al apadrinamiento intermitente del gobierno; el mercado del arte mexicano comenzó a crecer.

Las pinturas de Tamayo o Rivera no eran las únicas que tenían valor económico y cultural en el mercado del arte; los productos que estaban siendo fabricados por mexicanos de forma manual y artesanal abrían paso a una nueva forma de arte nacional, uno que representaba las tradiciones, costumbres y que construía a la identidad mexicana, pero que, sobre todo, destaca por tener como artistas a un conjunto de mujeres u hombres que no pertenecían ni se inspiraban en ninguna escuela de arte europeo o estadounidense y que no habían sido educados por alguna élite y tampoco beneficiados por el modelo vasconcelista de inicios de siglo o recibido una beca del gobierno de Díaz; eran artistas natos, creando una nueva forma de expresión social, basados en la interiorización de su realidad, así como de la vivencia de su propio entorno y contexto.

¹⁴¹ Rufino Tamayo, Diego Rivera y Miguel Covarrubias son sólo algunos ejemplos de artistas mexicanos que llevaron a cabo estudios de arte en Nueva York.

La consolidación del nuevo mercado del arte mexicano se forjó a lo largo de las primeras décadas del siglo XX. La reconfiguración internacional y la nueva forma de imperialismo cultural protagonizada por Estados Unidos apelaba por una mayor apertura comercial y a un acercamiento de las naciones para fomentar el comercio. Así, para 1960 los bienes culturales se transformaron en productos con una alta capacidad de venta. De acuerdo a datos del Fondo Nacional de Apoyo para las empresas de la Solidaridad (FONAES), a partir de 1920 las artesanías comienzan a cobrar mayor importancia para el mercado nacional:

La comercialización de artesanías en México se realiza desde hace muchos años atrás. Un antecedente importante es el de la primera exposición de artes populares que fue en 1920. A partir de allí fue objeto de atención por parte de diversas instituciones como el Departamento Autónomo de Asuntos Indígenas en 1936 (ahora Instituto Nacional Indigenista). Para 1951 se forma mediante un convenio del Instituto de Antropología e Historia con el Instituto Nacional Indigenista, el Patronato de las Artes e Industrias populares. En 1955 el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A. hizo los primeros estudios socioeconómicos en este campo con la mira de iniciar y asentar sobre bases firmes la asistencia económica a las artes populares y artesanías artísticas y fomentar las exportaciones de estos productos.¹⁴²

Una nueva faceta comenzaba para México en el mercado del arte, ya que el fenómeno de la globalización cultural abrió espacios para la venta de artesanías, tanto en el interior como al exterior del país. Aunado a ello, el papel de México como nación turística potencializó la comercialización del arte producido de forma artesanal y local: “En 1930, el número de turistas extranjeros fue de cerca de 24 mil, llegó a 126 mil en 1940 y a 385 mil en 1950. De 1950 a 1960 el número de turistas ascendió a poco más de 960 mil viajeros.”¹⁴³ Esto también significó una nueva forma de propaganda internacional, ya que los productos que los turistas compraban en territorio nacional se esparcían y eran conocidos rápidamente alrededor del mundo, lo que fue afianzando una peculiar y única imagen de México en el exterior. En 1969, México fue visitado por 1, 815,669 turistas, que gastaron 462.4 millones de dólares y el

¹⁴² S/ autor, *Comercialización y exportación de artesanías*, [en línea], s/páginas, México, Fondo Nacional de Apoyo para las empresas de Solidaridad, Dirección URL: http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/guia_empresarial/comercializacion_de_artesantias.pdf, [consultado el 11 septiembre de 2018]

¹⁴³ Jimena Mateos, *El turismo en México, La Ruta institucional, Patrimonio Cultural y Turismo, Cuadernos* [en línea], s/páginas, México, Secretaría de Cultura, Dirección URL: <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo2.pdf>, [consultado el 12 de septiembre de 2018]

Banco de México estima que el 18 % de un peso turista fue destinado directamente en la compra de artesanías.”¹⁴⁴

A pesar de que el comercio exterior mexicano durante las décadas de 1960 y 1970 se basó en la exportación de materia prima y productos primarios¹⁴⁵, las artesanías comenzaron a adquirir mayor importancia y valor en el mercado, gracias al empuje gubernamental para la creación de diferentes institutos y dependencias que tenían como tarea principal la protección de los productos artesanales y su promoción. El Instituto Mexicano de Comercio Exterior, (IMCE) creado por ley el “30 de diciembre de 1971, tenía entre sus atribuciones las siguientes: estudiar y proyectar políticas, planes y programas en materia de comercio exterior y de acuerdo al artículo 2º de la ley específica de atribuciones del IMCE, promover la exportación de artículos artesanales.”¹⁴⁶

Así es como en 1971 las primeras cifras sobre exportación de artesanías se hacen oficiales, de acuerdo al IMCE en este año, “se exportó la cantidad de 117, 518,051.00 USD en artesanías. De ese total el 88.7% se exportó a los Estados Unidos. [...] en 1972 se exportaron 142,784,325.00 USD, con un incremento del 21% al año anterior; de eso, se fue a Estados Unidos el 96.6%, lo que indica un incremento en la dependencia a ese mercado. El total de las artesanías exportado representó el 0.7% del total de las exportaciones.”¹⁴⁷ Sin embargo, así como evolucionaba la producción de artesanías, el modelo de venta de éstas al exterior era llevado a cabo por cinco compañías exportadoras. El apoyo para el fomento de la exportación de artesanías no recaía de forma directa en los artesanos y tampoco eran ellos los que exportaban sus productos, sino que existía una red de intermediarios que influía de forma importante en el proceso de venta artesanal, dejando al final de la cadena comercial el papel de estos artistas.¹⁴⁸

¹⁴⁴ Victoria Novelo, *Artesanías y capitalismo en México*, Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), Ciudad de México, 1976, p. 15

¹⁴⁵ *Artesanías y el capitalismo en México*, Op. Cit. p.82

¹⁴⁶ *Ibidem*, pp. 80 -81

¹⁴⁷ *Ibidem*, p. 84

¹⁴⁸ *Ídem*.

En 1980 el libre comercio comenzó a transformar a la industria cultural en el país, según explica Néstor Canclini: “En México la apertura a bienes y mensajes importados desde la década de 1980 favoreció las inversiones extranjeras, entre otros campos en las industrias culturales, la aplicación del TLC desde 1994, que estrechó relaciones con Estados Unidos, aumentó la presencia de esa nación en la distribución y la exhibición del cine, el radio, la televisión, la edición de discos y videos, incluso en la música mexicana.”¹⁴⁹ Durante los últimos veinte años del siglo XX, la comercialización de la cultura se intensificó, y el mercado de la cultura y el arte en México comenzaron a tener mayor peso sobre la economía nacional.

La economía del arte en México continuaba abriéndose paso dentro de la estructura social, política y económica del país. Sin embargo, mientras el comercio de las artesanías mexicanas era respaldado por el subsidio y propaganda gubernamental porque enaltecía y representaba todo aquello que era considerado como culturalmente valioso para la nación, ocurría también una diferenciación conceptual de gran importancia para la industria cultural. Al surgir los conceptos de *alta cultura* y *cultura de masas* o *baja cultura*, aconteció un cambio en el mercado del arte, ya que el formar parte de alguna de estas categorías comenzó a ser un factor determinante para la valuación de las piezas de arte y así definir su precio en el mercado.¹⁵⁰

A su vez, el Muralismo comenzó a perder protagonismo como la corriente artística representante de la mexicanidad. En cambio, nuevos movimientos artísticos y productos culturales que provenían de la escuela estadounidense, cobraban cada vez más fuerza en el mercado internacional. Productos como la música, programas de televisión, radio y el cine, adquirieron mayor importancia en el mercado de la cultura de masas, dentro del cual las

¹⁴⁹ Néstor García Canclini, *La cultura de México: avances de la investigación, políticas postergadas*, [en línea], p. 8, s. Lugar, Universidad Autónoma de México, UAM, Dirección URL: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/82_nov_2005/casa_del_tiempo_num82_17_24.pdf p. 18, [consultado el 5 de mayo de 2019]

¹⁵⁰ *Cfr.*, Néstor García Canclini, *La cultura de México: avances de la investigación, políticas postergadas*, [en línea], p. 8, s. Lugar, Universidad Autónoma de México, UAM, Dirección URL: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/82_nov_2005/casa_del_tiempo_num82_17_24.pdf p. 18, [consultado el 5 de mayo de 2019]

artesanías habían sido categorizadas.¹⁵¹ Este fenómeno dejó al arte mexicano en una posición vulnerable en el mercado nacional e internacional.

A pesar del enaltecimiento y subsidio gubernamental de las artesanías, a partir de ese momento serían consideradas en el mercado como productos manufacturados, pertenecientes al mercado de la venta de la *cultura de masas*. La estratificación de aquello que debía ser considerado como arte y aquello otro que únicamente cumplía el papel de ser un producto masificado para su venta, influyó en el precio de las artesanías a nivel nacional e internacional, resignificando su papel en el mercado y evidenció que la industria cultural es racista, clasista y desigual.

Asimismo, la división conceptual influyó de la misma forma sobre la percepción que la sociedad mexicana, y luego la sociedad internacional tenía sobre las artesanías. Hubo una reclasificación en el mercado del arte y las artesanías fueron enaltecidas por su valor histórico, pero al no ser consideradas parte de la alta cultura, su valor económico se estandarizó como cualquier otro producto. De acuerdo con David Throsby, una obra de arte o pieza de arte se compone por el núcleo central de su valor cultural, el que a su vez se integra por distintos valores: valor estético, valor espiritual, valor social y valor histórico.¹⁵² Lo que hace de la obra, arte en sí, es la suma de sus valores. Sin embargo, en el proceso de valuación y comercialización de las artesanías, el valor y el precio no son fijados considerando los factores anteriores; pero cabe aclarar que ello no inhibe su cualidad *aurática*.¹⁵³ De acuerdo a Benjamin Walter, una obra de arte es aurática cuando tiene su fundamento en el ritual y es auténtica, ambas cualidades son las que otorgan valor e influyen en el precio de la obra.¹⁵⁴

¹⁵¹ Cfr., Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Taurus, Buenos Aires, Argentina, 1989. p. 44

¹⁵² David Throsby, *Economía de la cultura*, Cambridge University Press, Nueva York, Estados Unidos, 2001, p. 43

¹⁵³ Vid, Benjamin Walter, *La Obra de Arte en la Época de su Reproductibilidad Técnica*, Ciudad de México, México, Itaca, 2003, p. 49.

¹⁵⁴ *Ídem*.

Canclini explica sobre la industria cultural mexicana de finales del siglo XX, el proceso por el cual el Estado dejó de ser el productor y financiador principal de la cultura y el arte en México. La subvención para la creación de museos, cine e innovación cultural y patrocinio de programas culturales, así como la compra de arte o el apoyo financiero a nuevos artistas había dejado de ser subsidiados por el Estado. De acuerdo Canclini, fue en la etapa final del siglo XX cuando el Estado le cedió este papel a la clase empresarial: “algunas empresas que desarrollan telecomunicaciones (Televisa), (Telmex) [...] forman colecciones de arte contemporáneo (Jumex), crean nuevos museos y contribuyen a su financiamiento (MARCO en Monterrey, MURO en Cuernavaca) y se hacen cargo de proyectos internacionales dentro de México.”¹⁵⁵ En México, al igual que en el resto del mundo, también ocurría un fenómeno de mecenazgo moderno; lo que Hobsbawm denominaba como un *estatus de Médicis*.

Finalmente, y como parte de los cambios estructurales que se gestaban a finales del siglo XX, Bruno Frey escribió sobre la Economía del Arte como nueva rama de las Ciencias Sociales: “La economía en el arte ha alcanzado el puesto de una disciplina de primer orden dentro del enfoque económico de las Ciencias Sociales. Este enfoque está basado en un estudio sistemático de la interacción entre el comportamiento de los individuos y las instituciones de la sociedad.”¹⁵⁶ Frey resalta a la Economía del Arte como una creación puramente social, derivada de una construcción política y convertida en un nicho de mercado rentable, en donde los economistas y los científicos sociales encuentran una nueva área de estudio.

Dentro del campo de las Ciencias Sociales, el estudio de la Economía del Arte formó parte, implícitamente, de la investigación coyuntural que se gestó a lo largo del siglo XX. Ésta comenzó como un movimiento social y político que representaba una serie de conflictos y procesos sociales que acontecían en el periodo, pero que a su vez formaba su propio campo de estudio. La Economía del Arte mexicano es definida, en gran medida, por el papel que las artesanías tomaron como símbolo de un proceso de reestructuración social y político. Por lo

¹⁵⁵ Néstor García Canclini, *La cultura de México: avances de la investigación, políticas postergadas*, [en línea], p. 8, s. Lugar, Universidad Autónoma de México, UAM, Dirección URL: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadel tiempo/82_nov_2005/casa_del_tiem po_num82_17_24.pdf p. 18, [consultado el 5 de mayo de 2019]

¹⁵⁶ Bruno Frey, *La Economía del Arte*, La Caixa, Estados Unidos, 2000, p. 9

tanto, habría que entenderlas como un mecanismo de búsqueda de identidad, como un símbolo de historia y lucha social, y como el producto representante de la cultura mexicana, que ha tenido gran éxito en el mercado internacional. Sin olvidar que las artesanías representan también un interés de estatal por transformar la historia y dotar a la cultura de un carácter capitalista para así hacerla funcional dentro de una lógica de mercado.

Capítulo 3. La artesanía mexicana en el capitalismo cultural

Introducción

Durante el desarrollo del siglo XX, en el mundo ocurrían una serie de cambios estructurales de índole social, política y económica. Todos ellos guardaban una relación estrecha y dependiente entre sí, hecho que refiere a que cada modificación y decisión que ocurría en dichos ámbitos afectaba y repercutía en todas las estructuras y componentes de la sociedad; pero en particular en la cultura y por subsecuente, en el arte. Ambos fueron transformados en productos comerciales y resignificados como herramientas del Estado con una carga ideológica y cultural. Sin embargo, es durante este mismo siglo en el que el Estado pierde el control del monopolio del mercado que se había forjado a través de la cultura. Por ello, este capítulo estudia al arte como parte del sistema económico internacional y como resultado de la hegemonía cultural que se gestó durante del siglo XX.

3.1 El mercado del arte en la actualidad

Durante la segunda mitad del siglo XX, la globalización fue pieza clave en el comercio del arte. A pesar que el surgimiento de éste es temporalmente ubicado a finales del siglo XX, el Renacimiento y la doctrina mercantilista que regían en este periodo, pueden ser consideradas como los cimientos y el inicio del proceso de comercialización internacional.¹⁵⁷ Así, el sistema de libre intercambio de bienes y servicios que se desarrolla y consolida en este siglo, permitió que el comercio del arte se masificara y se involucrara con la representación de identidades, historia y cultura, traspasando las fronteras del territorio madre de los nuevos productos culturales.

Como parte del proceso de mercantilización, tanto la configuración como el dominio del mercado fueron fundados sobre redes de poder político, en las que la clase burguesa es dueña de los medios de producción y de los canales de distribución, teniendo a su mando el control

¹⁵⁷ Cfr., María Victoria Flores, “La Globalización como Fenómeno Político, Económico y Social”, [en línea], vol. 12, núm. 34, pp. 26-41, Maracaibo, Venezuela, 2016, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/709/70946593002.pdf>, [consultado el 15 de octubre de 2018].

de la industria cultural. De acuerdo a los artistas plásticos Miguel Peraza y Josu Iturbe, la relación entre el arte y el sistema capitalista es más estrecha de lo que se reconoce. Entre ambos existe una relación simbiótica, ya que, para la subsistencia de la industria cultural, el libre mercado dota del espacio y ambiente necesarios. Peraza e Iturbe explican que “el sistema de libre intercambio, aportado históricamente por la burguesía, es el sistema al que el arte se adhiere, y junto con él medra.”¹⁵⁸ Como se menciona con anterioridad, la división jerárquica en el arte durante el siglo XX contiene, en esencia, la misma estructura. Si se hace una comparación entre los actores que dominan y aquellos que producen y son empleados en el medio de la producción artística, la división será la misma que en siglos anteriores.

Peraza e Iturbe demuestran la configuración sociopolítica de la evaluación económica del arte. A pesar de dividirla y sub-estructurarla en diferentes periodos históricos, cada etapa coincide en describir al arte como obra y parte de los procesos sociales. En el Cuadro 3, se presentan los intereses políticos que se gestaron por periodo, así como los modelos de evaluación económica del arte propuestos por los autores:

Cuadro 3. La Evaluación económica del arte

¿Cuándo?	¿Quién lo hace?	¿Por qué lo hace?	¿Quién lo paga?
Prehistoria* ¹⁵⁹	Mago artesano anónimo sin especializar.	Necesidad mágica vinculada a la supervivencia.	La comunidad (tribu) mediante el reparto de lo cazado o recolectado.
Civilizaciones antiguas	Artesano anónimo especializado	Arte como símbolo de poder o trascendencia, y necesidad decorativa.	El poder político-religioso (teocracia, aristocracia, monarquía).
Grecia y Roma	Artesano concreto especializado. <i>Artista.</i>	Arte como búsqueda de un ideal filosófico (belleza y estética).	Los poderes político, económico y religioso (oligarquías, dictaduras, repúblicas).

¹⁵⁸ Miguel Peraza y Josu Iturbe, *El Arte del Mercado del Arte*, México, Maporrúa, 2015, p. 31.

¹⁵⁹ Si bien, el concepto de prehistoria se ha consolidado en los estudios de la Historia para referir al periodo de conocimientos sobre la vida humana precedentes al surgimiento de la escritura. En realidad, el término es erróneo, debido a que no responde al objeto de estudio de la historia en sí misma, cuyo objetivo es conocer a la humanidad en todas sus etapas y no clasificarla siguiendo la lógica evolutiva presente en el siglo XIX

Edad Media	Artesanos anónimos agrupados en <i>gremios</i> .	Arte como representación religiosa, imágenes de culto.	Poder religioso (órdenes) y aristocracia feudal.
Renacimiento	Artistas organizados en talleres.	Arte como actitud intelectual, investigación artística y representación religiosa.	Monarquía, aristocracia, clero y burguesía comercial. Encargo y mecenazgo.
Academicismo	Artista profesional afiliado a la <i>Academia</i> .	Arte decorativo, prestigio de clase, adocenamiento.	Colecciones privadas, burguesas y aristocráticas. Museos y salones.
Vanguardia	Artista subjetivo asociado a <i>galerías</i> y crítica.	Arte por el arte, autonomía y separación de la masa. Investigación creativa e ideales revolucionarios.	Colecciones privadas de la burguesía industrial. Galerías y nuevos museos. También consumo no enajenante.
Actualidad	Artista posmoderno vinculado a <i>mercado y medios</i> .	Arte que busca un sentido actual, competencia por el éxito. Libertad total vinculada al mercado.	Colecciones privadas de empresarios, (burguesía posindustrial). Canales de distribución y mercado especulativo. Consumo no enajenante mediante patrocinios filantrópicos y apoyos fiscales.

Elaboración propia con datos de: Miguel Peraza y Josu Iturbe, *El Arte del Mercado del Arte*, México, MaPorrúa, 2015, pp. 34-35.

El cuadro anterior, muestra tanto las estructuras de poder como la relación entre el arte y el sistema de reproducción de clases en el que se desarrolla la cultura y la estructura de consumo sobre la que se sostiene. Acerca de la relación del comercio y la cultura, de acuerdo a Ruth Towse, las formas de consumir se comenzaron a diversificar a partir de la llegada del libre mercado, ya que sobre la cultura se creó una industria, que a su vez dirigía todo un mercado de bienes y servicios que ahora resultaban ser necesarios; y que por lo tanto aparecieron también en la lista de insumos principales para los consumidores.¹⁶⁰ Para Towse, la televisión, la radio, el cine y el internet, fueron los medios catalizadores del éxito de la

¹⁶⁰ Cfr., Ruth Towse, "Cultural economics copyright and the cultural industries", Penn State College of Information Sciences and Technology, [en línea], s/lugar, 2000, Dirección URL <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=DA727B24871535B058D2629EDF9FAE63?doi=10.1.1.113.9306&rep=rep1&type=pdf>, [consultado el 29 de marzo de 2019] p. 107

industria cultural, pero también se convirtieron en importantes factores de cambio en la vida social y política, Sobre ello, R. Towse explica:

[la televisión, el radio, el cine y el internet] han transformado la producción y el consumo en todo el mundo de las artes, entretenimiento, educación - bienes culturales y servicios, así como alterar otros comportamientos económicos, al igual que cambian fundamentalmente la vida social y política. Estos nuevos medios han tenido un enorme impacto en la producción y el consumo de cultura y han requerido la adaptación de la ley de derechos de autor. La columna vertebral de las industrias culturales, como las artes, es el trabajo de creativos hombres y mujeres, artistas de todo tipo.¹⁶¹

Con respecto al último punto mencionado, Towse aborda uno de los temas más importantes y complejos de la contemporaneidad en materia cultural: la institucionalización y el marco legal sobre el que versa la industria cultural del siglo XXI. Una vez que la cultura es reconocida como una industria que produce bienes y servicios para su venta en un espacio determinado en el mercado, influyen sobre ella actores con poder político y con diferentes tipos de capital. Pero también se institucionaliza y el Estado se convierte en el encargado de proteger el proceso creativo de los hacedores de arte, es decir, que en torno a la industria cultural se forjan marcos legales e institucionales. Lo que conduce a R. Towse a explicar que el Estado se transforma en el protector de los derechos de propiedad que emanan de la industria cultural: “todos quieren que el Estado proteja sus derechos de propiedad por derechos de autor y otras leyes de propiedad intelectual. Así, el derecho de autor se convierte en parte de la política cultural a través de las industrias culturales.”¹⁶²

El subsidio estatal y el mapeo estadístico de ciertas industrias culturales ha sido fundamental para su crecimiento. A partir de 1980, una institución internacional como la UNESCO - apoyada por Europa Occidental - comienza la compilación de diversos datos y estudios, que tenían como objetivo el análisis de las industrias culturales.

¹⁶¹ Ruth Towse, “Cultural economics copyright and the cultural industries”, Penn State College of Information Sciences and Technology, [en línea], s/lugar, 2000, Dirección URL <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=DA727B24871535B058D2629EDF9FAE63?doi=10.1.1.113.9306&rep=rep1&type=pdf>, [consultado el 29 de marzo de 2019]

¹⁶² *Ibidem*, p. 107

De acuerdo con Ruth Towse la estructuración de un marco legal para regular las industrias culturales ha provocado la aparición de anomalías en la era de la información, ya que existe una lucha entre los juegos de poder en el mercado y la protección de obras.¹⁶³ De acuerdo a Towse, los gobiernos crean este marco legal por un interés no colectivo sino individual; es decir, no existe una intención pura de proteger la cultura y el arte como un bien colectivo. En realidad, los gobiernos lo hacen para resguardar su estabilidad financiera y proteger su mercado restringiendo los resultados no intencionales. Por ello surgen aparatos legales como la legislación antimonopolio, la propiedad estatal, la propiedad intelectual, etcétera; lo que Towse denomina como *salud cultural*.¹⁶⁴

Por lo tanto, en la industria cultural, las relaciones estructurales de dos actores controlan el mercado: el gobierno y la clase poseedora de los medios de producción. Ambos pueden jugar distintos roles en el medio, pero son representados por aquella clase con poder económico y político. Tanto el gobierno como la clase poseedora forman parte primordial del proceso económico por el que toda nación atraviesa, aquel que Towse denomina como *salud cultural*, estos dos se encargarán de construir un espacio productivo y generador de ganancias a partir de la elaboración de productos artísticos, que además abrirán camino al proceso de dominación cultural entre las sociedades.

Sobre el control del mercado del arte durante el siglo XX, diferentes medios de venta y patrocinio de arte comenzaron a surgir, desde museos, casas de subasta y hasta galerías de arte; fueron parte del proceso de mercantilización, y a pesar que son los canales de producción los factores considerados como responsables del libre intercambio y venta de productos artísticos y culturales, así como de la fijación de precios en el mercado internacional; en realidad, el responsable directo del proceso de globalización comercial del arte, seguía siendo la burguesía.

¹⁶³ Cfr., Ruth Towse, “Cultural economics copyright and the cultural industries”, Penn State College of Information Sciences and Technology, [en línea], s/lugar, 2000, Dirección URL <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=DA727B24871535B058D2629EDF9FAE63?doi=10.1.1.113.9306&rep=rep1&type=pdf>, [consultado el 29 de marzo de 2019] p. 111

¹⁶⁴ *Ídem*.

Es precisamente la globalización el proceso que impulsa, de manera legítima y legal, el dominio cultural que se obtiene a través de la venta de arte y de los derivados como productos con contenido cultural. Y es la clase dominante la que encuentra en la globalización, un aliado que le permite a su vez, desarrollar la libre y rápida evolución y crecimiento de esta nueva industria, además de facilitar la entrada de ganancias económicas que favorecían el dominio y supremacía de este grupo. Aunado a ello, la concentración de capital generado a partir de la venta de arte se concentró en Estados Unidos.

Por lo tanto, en el nuevo dominio comercial que se desarrolló a finales de este siglo, se reconstruyeron dos conceptos. El primero es el del arte mismo, que ahora era entendido como producto material con valor en un nicho de mercado específico, y el segundo es el del hacedor de arte, entendido ahora como nueva clase asalariada; ambos insertados en un nuevo modelo económico. Es durante el proceso evolutivo y creciente de la globalización en donde la Economía del Arte encuentra su campo de estudio al reconocer que existe una necesidad de la sociedad por el consumo de bienes culturales. Sara Unzueta, economista del arte, explica:

Para los artistas, esta necesidad cultural o estética, significa el deseo de desarrollar tanto sus actitudes como sus aptitudes creativas (lo que hace que el artista no produzca para el mercado). Por otra parte, la sociedad en su conjunto y determinados agentes dentro de ella, manifiestan un deseo o necesidad cultural de consumo o disfrute de obras de arte. De este modo, la creación u oferta y el consumo o demanda de obras de arte son consecuencia de una necesidad cultural insatisfecha.¹⁶⁵

El crecimiento del mercado del arte fue un devenir del conjunto de intereses económicos que se guardaban detrás de la industria productora de arte y artículos culturales. El arte pasó de ser, en términos de Benjamin Walter, un aura que va acompañado de una función ritual a convertirse en una herramienta de imperialismo cultural, en una denotación de poderío económico y también en un producto dentro del capitalismo cultural.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Sara Unzueta Esteban, "El Mercado del Arte", [en línea], s/ vol., número 2747, p. 43, Madrid, España, Boletín Económico ICE, del 11 al 17 de noviembre de 2002, Dirección URL: http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2747_35-43_DCD7F19FD425A2733746BDC8705E9768.pdf, [consultado el 17 octubre de 2018]

¹⁶⁶ Benjamin Walter, *La Obra de Arte en la Época de su Reproducibilidad Técnica*, Ciudad de México, México, Itaca, 2003, p. 49

Las nuevas propiedades de significado material con el que la globalización dota al arte, hacen de él una construcción pragmática, que funciona dentro de la lógica del capitalismo y del consumismo comercial porque es altamente rentable. Sin embargo, utilizando la idea de Kandinsky sobre el *l'art pour art*¹⁶⁷, el nuevo arte y las formas de producirlo, junto con los hacedores del siglo XXI, han perdido la concepción de la idea de un “arte puro” y lo han transformado en parte de la maquinaria operacional de la globalización. Parte de esta transformación responde también al nacimiento de la Economía del Arte como el esfuerzo academicista para operar las nuevas estructuras de poder que se expandían de forma legítima y comercial alrededor del mundo.

Por lo tanto, el mercado, la industria y estudio del arte, son derivados y construcciones de poder de un sector conformado por grupos con capacidad e influencia en el juego de toma de decisiones dentro de una estructura que funciona a través de un sistema estratificado. Esta lógica de Economía del Arte responde al emerger de un nuevo mercado y la necesidad de su estudio. Prueba de ello es que, para finales del siglo XX, el nuevo modelo económico neoliberal que guiaba al mercado internacional, permitió que el monopolio de poder que se ejercía sobre la industria del arte, y que había sido edificado sobre las bases y los intereses de la economía estadounidense, se reconstruyera sobre una plataforma multinacional. De esta manera, nuevos actores internacionales de distintas nacionalidades comenzaron a emerger dentro del mercado. A su vez, cobraron importancia nuevos compradores y hacedores de arte; y fue en las últimas dos décadas de este siglo en donde se codificó un nuevo sistema global sobre este mercado.

Dicha industria, que comenzaba a globalizarse de forma oficial, iba acompañada y protegida por los intereses que existían sobre la solidificación de un nuevo nicho de mercado. A su vez, fue cobijada por la renovación internacional de la sociedad occidental como fruto de los movimientos políticos que se generaron en décadas anteriores. Esta última ola de renovación cultural es ubicada en 1989, momento crucial para el bloque occidental en el marco de la Guerra Fría, pero también importante en materia de arte. En este momento acontece una regeneración sobre la forma de concebir, fabricar y exhibir material artístico alrededor del

¹⁶⁷ Wassily Kandinsky, *Sobre lo Espiritual en el Arte*, Ciudad de México, México, Colofón, 2017, p. 12

mundo. De acuerdo al sociólogo, Olav Velthuis, a partir de la caída del Muro de Berlín, comenzó un desmoronamiento del bloque socialista y con él, comenzaron a ocurrir acontecimientos como forma de consolidar a Occidente como un sistema global inclusivo. Velthuis menciona a la exposición Biental de París *Les magiciens de la terre* en el Centro Pompidou y *el Parc de la Villette* como ejemplos de las nuevas estructuras contemporáneas de arte.¹⁶⁸

En dicha exhibición se conjuntaron, por primera vez, los trabajos de artistas de diferentes nacionalidades, lo que materializaba la apertura y el nacimiento de un nuevo sistema, de una nueva forma de concebir a la industria que se iba forjando con cada vez más fuerza alrededor de la cultura. Así, países como China y Japón y otros actores internacionales, comenzaron a despuntar en el desarrollo de espacios para la venta de arte. A su vez, la descentralización de esta industria permitió el crecimiento del mercado y el reposicionamiento de nuevos grupos de poder, que comenzaron a germinar en distintos polos geográficos, configuración que sigue modificándose hasta el siglo XXI. Actualmente el mercado del arte se encuentra, en su mayoría, dominado por nuevos actores que tienen cada vez más agencia y una mayor acumulación de capital cultural dentro del mercado.

Esta reconfiguración de las estructuras de poder, que comienza en la década de 1980, derivó en un fenómeno de multipolarización, que, si bien tenía como característica la aparición de nuevos actores en el mercado de la cultura, no tenía como objetivo el derribar las estructuras sociales y políticas de poder sobre las que se sostenía la industria. En realidad, la multipolarización favoreció el fortalecimiento de la configuración elitista de la cultura. Sin embargo, el dominio occidental del mercado cultural, y por ende el del arte, comenzó a fragmentarse con la llegada de nuevos actores.

¹⁶⁸ Olav Velthuis, “Globalization Of The Art Market”, [en línea], s/ num. pag., s/ lugar, Oxford University Press, 26 de febrero de 2015, Dirección URL:<http://www.oxfordartonline.com/groveart/view/10.1093/gao/9781884446054.001.0001/oa-9781884446054-e-7002274637>, [consultado el 4 noviembre de 2018]

Así, la acumulación de activos culturales por parte de compradores asiáticos, en particular de Japón, se convirtió en el punto de partida para marcar el inicio de una nueva etapa en el mercado del arte. En 1986, en una versión impresa del *New York Times* se escribía acerca de la aparición y el papel de Japón en la industria. En el artículo se describía la irrupción de los comerciantes y coleccionistas japoneses como parte de una nueva era y como resultado de la gestación de las economías emergentes, que poco a poco conseguían insertarse en las dinámicas neoliberales que regían al mercado cultural.¹⁶⁹ De esta forma, la reestructuración del mercado del arte se convirtió en parte del proceso de multipolarización política y de atomización del poder.

Los nuevos propietarios y participantes dominantes del arte se comenzaron a enfocar en distintos continentes. La hegemonía estadounidense sobre la venta, acumulación y producción de obras consideradas como arte, comenzó a derrumbarse. Los nuevos *art gatekeepers*¹⁷⁰ transformaron la escena del mercado de arte en transacciones internacionalmente colectivas; pero al mismo tiempo, la división pre-instalada sobre la estructura jerárquica en el control del arte como industria comercial continuó obedeciendo a una lógica de poder de clases. A pesar de la descentralización y el término de la hegemonía estadounidense sobre el mercado, nuevos grupos de poder perpetuaron la configuración sobre el dominio de los medios de producción, sin embargo, dentro de esta nueva ola de regeneración en la economía del arte, se crearon nuevos canales de distribución para su venta, así como la masificación en los niveles de su producción para conseguir la maximización de sus ganancias. Estas particularidades, que se retomaron como herramientas para la mecanización de la industria, formularon un sistema mundial de producción de arte que resultó en un éxito por las cadenas de producción masivas con un gran rango de alcance.

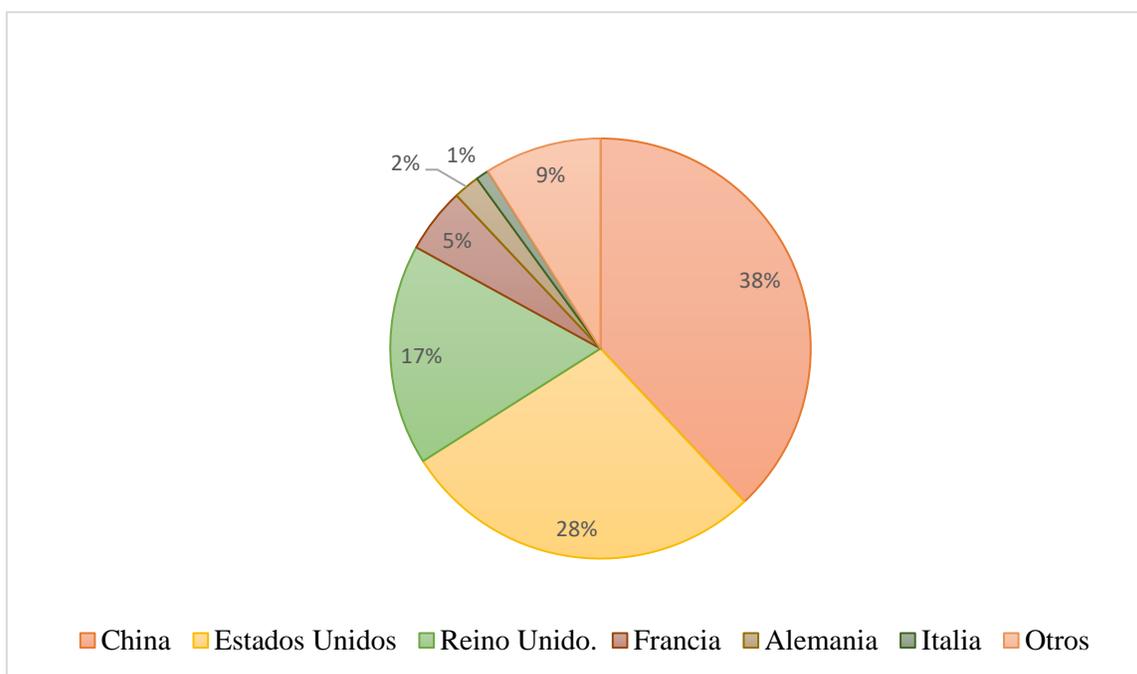
¹⁶⁹ Cfr., Douglas C. McGill, “Japanese Investors spur higher prices in US art market”, [en línea], Estados Unidos, The New York Times, 10 dic 1986, Dirección URL: <https://www.nytimes.com/1986/12/10/arts/japanese-investors-spur-higher-prices-in-us-art-market.html>, [consultado el 1 de septiembre de 2019]

¹⁷⁰ *Art gatekeepers*, puede traducirse al español como administradores simbólicos o administradores del gusto estético

Los procesos acontecidos durante las últimas décadas del siglo XX, sentaron las bases para la nueva industria cultural, ya que la aparente división del poder acentuó, en distintos polos, el dominio de esta industria.

En la Gráfica 1 se muestran las naciones que resguardan la mayor cantidad de obras de arte. Ello es de suma importancia, ya que indica la existencia de un vínculo entre la estructura de fuerza política y el poder adquisitivo de ciertos grupos de poder en el ámbito internacional. Lo que refuerza las premisas planteadas a lo largo de los capítulos anteriores sobre la cultura y el arte como herramientas políticas que se construyen a través de intereses de clase y se fortalecen por medio de un sistema capitalista, sustentado en la desigualdad. Esta es la razón del porqué los países con mayor acumulación de activos y capital cultural son también hegemonías del sistema político internacional.

Gráfica 1. Dominio del mercado del arte a nivel internacional 2016



Elaboración propia con datos de: S/ autor, *Consolidación General del Mercado del Arte*, [en línea], s/ num. pag., s/ lugar, Art Price, s/ fecha, Dirección URL: <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-en-2016/consolidacion-general-del-mercado-del-arte?from=search>, [consultado el 6 de noviembre de 2018]

El proceso de crecimiento de la industria cultural fue el resultado de la apropiación capitalista de los procesos culturales. Si bien la doctrina del libre mercado sumó poder a la industria cultural, en realidad, diversas artes como la ópera, la música y la cinematografía habían creado un mercado antes de la globalización. Sin embargo, la estructura y el funcionamiento del neoliberalismo ha impulsado la diversificación de los productos que se englobaban en esta industria, la cual pasó de albergar contenido exclusivo para el consumo de una élite, a producir material que iba dirigido y podía ser asequible para todo público. En esta nueva etapa, el mercado del arte incluía una serie de nuevos productos como música, películas, videojuegos, artesanías, entre muchos otros, mismos que se incrustaban en el mercado y que además reconstruían a esta industria con un carácter público y global.

El inicio de la diversificación del mercado provocó el crecimiento acelerado de la comercialización de bienes culturales. Este proceso es vinculado con estudios enfocados a las denominadas *industrias culturales*¹⁷¹ mismas que fueron estudiadas en los años cuarenta por la escuela de Frankfurt, en donde Theodor Adorno y Max Horkheimer utilizaron por primera vez este término en su libro “La dialéctica de la ilustración.”

Anterior a esto, se explicaba la relación entre el arte y la economía como centros de estudio completamente discrepantes. Sin embargo, ahora eran valoradas como un conjunto cultural que resultaba productivo en una economía globalizadora y mercantilizada. La re-conceptualización del término inició también a finales del siglo XX. De acuerdo al Informe sobre la economía creativa de la UNESCO: “en la década de 1980, el término industrias culturales ya no implicaba connotaciones peyorativas y empezó a ser utilizado en círculos políticos y académicos como una calificación positiva. Con el término, se hacía referencia a formas de producción y consumo cultural que tenían un elemento expresivo o simbólico en su núcleo.”¹⁷²

¹⁷¹ *Industrias culturales*; el término “industrias culturales” se remonta a los primeros trabajos, en las décadas de 1930 y 1940, de la Escuela de Frankfurt, que mordazmente denunció la mercantilización del arte en tanto que aportaba una legitimación ideológica a las sociedades capitalistas y la aparición de una industria cultural popular, UNESCO, *Informe sobre la Economía Creativa 2013 Edición Especial*, [en línea], p. 190, Nueva York, Estados Unidos, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2014, Dirección URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf> , [consultado el 5 de noviembre de 2018]

¹⁷² *Ibidem*, p. 20

De acuerdo con Germán Rey, investigador colombiano de estudios culturales, la serie de cambios que renovaron a la industria del arte hicieron de ella un espacio cultural y económico internacional. El arte y la cultura tomaron un nuevo significado, más allá de ser una expresión subjetiva, compleja y abstracta de la interiorización humana del mundo, y se convirtieron en un mercado global, que impulsaba tanto el crecimiento económico, como el desarrollo de las sociedades. Respecto a ello explica Rey:

Desde la mitad del siglo pasado en que escribieron los dos filósofos hasta nuestros días, las industrias culturales se han fortalecido y expandido, han sofisticado su producción, han incorporado creativamente las tecnologías y han encontrado circuitos globales de distribución de sus productos. A todo ello lo han acompañado procesos de consumo y de apropiación cultural que han convertido sus realizaciones en parte fundamental de la economía y la cultura globales.¹⁷³

Por ello, el crecimiento de esta nueva industria resultó beneficiado por los cambios sociales que acontecían en el mismo periodo, lo que le ayudó a consolidarse como un eje primordial para la economía a nivel nacional e internacional. Así fue como la cultura y el arte se transformaron en impulsores de desarrollo y motores de crecimiento económico, absorbidos por las industrias culturales para responder a los intereses capitalistas de las élites. Sobre ello Christianne Gomes, investigadora brasileña sobre Estudios Latinoamericanos, explica la transformación de la cultura como un nuevo fenómeno económico:

Desde finales del siglo XX diversas actividades de ocio como las citadas anteriormente (la música, el cine, el video, la radio, la televisión, la gastronomía, el deporte y el espectáculo) fueron redimensionados y considerados por las industrias culturales. Éstas son consideradas como fenómenos económicos, ligados a las políticas públicas de crecimiento económico y desarrollo social; y también un fenómeno cultural que incorpora los nuevos valores generados por la sociedad del conocimiento de la información de base intelectual del capitalismo.¹⁷⁴

¹⁷³ Germán Rey, *Cultura y Desarrollo, Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*, [en línea], p. 146, Madrid, España, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Dirección de Relaciones Culturales y Científicas, s/ fecha, Dirección URL: http://www.lacult.unesco.org/docc/2009_Ind_Cult_CreativDes_AECID.pdf, [consultado el 4 de noviembre de 2018]

¹⁷⁴ Christianne L. Gomes, *La Economía Creativa y las Industrias Culturales Creativas*, [en línea], p.14, Barcelona, España, XV Coloquio Internacional de Geocrítica, Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista, Dirección URL: <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>, [consultado el 5 de noviembre de 2018]

De esta manera, los procesos de cambio provocados por el sistema internacional por medio de sus ejes de poder resignificaron y reestructuraron el desarrollo de la cultura y su papel dentro del sistema económico global, para generar una nueva etapa en la que la cultura se adaptara al neoliberalismo y generara beneficios de clase.

3.2 La institucionalización de la cultura en México como parte de los mecanismos multilaterales de cooperación para la construcción de un régimen legal internacional

La Segunda Guerra Mundial marcó para el mundo una nueva ola de institucionalización y el inicio de un nuevo “orden mundial”, regido y liderado por el bloque occidental. A la par, comenzó uno de los procesos más importantes para la sociedad internacional con respecto a la cultura y el arte: una nueva estructura legal, burocrática e institucional se insertó como parte de las políticas públicas y de los planes de acción gubernamentales de los gobiernos para la administración de la cultura como fuente de esencial no sólo de identidad nacional y como símbolo de historia, sino también, como parte clave del desarrollo y crecimiento de sus economías.

La creación de las Naciones Unidas en 1945 detonó oficialmente el nuevo régimen internacional. La ONU es una de las instituciones occidentales y eurocentristas más importantes para la transformación del papel de la cultura en el mundo. Después de la Conferencia de San Francisco, y una vez que la Carta de las Naciones Unidas había sido ratificada por China, la instauración de un entramado legal e institucional adjudicó a la cultura nuevas cualidades con un carácter de naturaleza capitalista, que le permitió a los gobiernos y a las instituciones hacer de ésta un aparato funcional para el mecanismo económico de su estructura local.¹⁷⁵

¹⁷⁵ Cfr., S/autor, *Historia de las Naciones Unidas*, [en línea], s/lugar, Organización de las Naciones Unidas, s/fecha de edición, Dirección URL: <http://www.un.org/es/sections/history/history-united-nations/>, [consultado el 13 de febrero de 2019]

En noviembre del mismo año se crea la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), aparato que emana del interés del bloque occidental por la institucionalización de la cultura. Entre sus atribuciones y objetivos se encuentran: el contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad en el mundo promoviendo, a través de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación, la colaboración entre las naciones, “a fin de garantizar el respeto universal de la justicia, el imperio de la ley, los derechos humanos y las libertades fundamentales” que la Carta de las Naciones Unidas reconoce a todos los pueblos sin distinción de raza, sexo, idioma o religión.¹⁷⁶ En lo que respecta al campo de la cultura, la UNESCO tiene atribuciones y tareas específicas:

La acción de la UNESCO en materia cultural es, sin duda, la más visible y reconocida internacionalmente. Entre sus desafíos está el de preservar y respetar aquello que define a las culturas, apoyándolas en el resguardo y respeto tanto de lo que es propio, como de lo que es específico del otro, en un mundo cada vez más interactivo e interdependiente. Para este fin, la organización concentra sus esfuerzos en la promoción de la diversidad cultural mediante la salvaguarda del patrimonio en sus diversas dimensiones y la valorización de las expresiones culturales.¹⁷⁷

México ha sido uno de los principales colaboradores en diversos aspectos de la cooperación internacional para el desarrollo de la educación y la cultura. Prueba de ello han sido los acuerdos internacionales de los que forma parte y su rápida adhesión a organizaciones internacionales como la UNESCO:

Desde el nacimiento de la UNESCO en 1945, México ha tenido un papel fundamental al haber sido uno de los catorce países en formar la Primera Comisión Provisional y el séptimo país en firmar el Acta Constitutiva de la Organización. En la reunión de MONDIACULT (Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales), realizada en México en 1982, se sentaron las bases para una mirada alternativa de la cultura, vista como base de la identidad y del desarrollo social.

¹⁷⁶ S/autor, *UNESCO*, [en línea], Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 2017, Dirección URL: <http://www.ucv.ve/organizacion/rectorado/direcciones/consejo-de-preservacion-y-desarrollo-copred/patrimonio-al-dia/unesco.html>, [consultado el 13 de febrero de 2019]

¹⁷⁷ S/autor, *Misión Permanente de México ante la UNESCO*, [en línea], México, Secretaría de Relaciones Exteriores, 2019, Dirección URL: <https://mision.sre.gob.mx/unesco/index.php/grandes-programas-de-la-unesco/cultura>, [consultado el 13 de febrero de 2019]

México ha contribuido con importantes pensadores en este campo, quienes han destacado en los temas de patrimonio mundial, inmaterial y subacuático, entre otros.¹⁷⁸

De esta forma, la alineación de México ante los intereses del bloque occidental fue parte del proceso en el que el interés gubernamental se enfocaba en políticas de desarrollo y aprobación internacional. Desde las administraciones de Lázaro Cárdenas, Ávila Camacho y Miguel Alemán, el esfuerzo de estos gobiernos reflejó una intención por institucionalizar la cultura. Todo ello fue, en gran parte, gracias al mecenazgo estatal. El papel del Estado en la subvención de las artes y la promoción de la cultura fue uno de los motores para impulsar la creación de diferentes instituciones educativas, como la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Politécnico Nacional.

De igual manera, surgieron una serie de leyes para proteger la estructura y creación del entramado cultural que crecía y se desarrollaba rápidamente en el país: “la Ley que crea el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura en 1946, la Ley Orgánica del Instituto Nacional de Antropología e Historia (1936), la Ley que crea el Instituto Nacional Indigenista (1948), la Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional (1974), y desde luego la Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma de México (1945).”¹⁷⁹

Gracias a la institucionalización y al marco legal que ahora cubrían a la promoción de cultura y a la producción de arte en México, durante las décadas siguientes, las industrias culturales mexicanas se materializaron de forma masificada en productos folklóricos. Uno de los más representados fueron las artesanías, como símbolo de identidad nacional, costumbres, historia y arte nacional. De acuerdo con los historiadores mexicanos, Ariel Kuri y Renato González Mello, las industrias culturales mexicanas de la segunda mitad del siglo XX ya no iban dirigidas a la élite cultural.

¹⁷⁸ S/autor, *Historia de la UNESCO*, [en línea], México, Oficina de la UNESCO en México, 2017, Dirección URL: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/unesco-in-mexico/history/>, [consultado el 13 de febrero de 2019]

¹⁷⁹ Eduardo Martínez, *Políticas Culturales: estudios y documentos. La política cultural de México*, [en línea] Francia, UNESCO, 1977, p. 27, Dirección URL: https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?id=p:usmarcdef_0000037076&file=/in/rest/annotation/SVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_0a156770-7759-4213-aa3e-e3bc64801fe5%3F_=037076spao.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000037076/PDF/037076spao.pdf - page=19&zoom=auto,-312,771, [consultado el 14 de febrero de 2019]

En realidad, la diversificación de los productos, entre los que también se incluía cómics, contenido televisivo, radiofónico, música y cine, entre otros, propició que el interés de la mayoría de la población mexicana se enfocara en el consumo de las nuevas mercancías. Esto influyó de forma directa en la formación de la ciudadanía, en la que el fracaso del muralismo, a partir de su complejidad para ser interpretado y entendido,¹⁸⁰ dejó entrever el poder de los nuevos medios de distribución de contenido cultural.¹⁸¹

En 1976 la influencia y el poder gubernamental sobre lo cultural quedaron plasmados en una de las leyes más importantes en el ámbito cultural, la Ley Orgánica de Administración Pública Federal, en la que la Secretaría de Educación Pública es declarada como el pilar sobre el que recae la producción y desarrollo de la cultura y la educación en México. Sobre ello Eduardo Martínez escribe:

Otra disposición general que alude a la cultura, bien que no exclusivamente, es la Ley Orgánica de Administración Pública Federal, en donde se definen, entre otras, tareas culturales para las dependencias del Poder Ejecutivo Federal. A la Secretaría de Educación Pública corresponde la mayor responsabilidad en cuanto a promoción, conservación y difusión de lo cultural: la ley le encomienda la organización y desarrollo de la educación artística oficial y la que impartan los establecimientos incorporados al sistema educativo nacional tanto en el campo de las bellas artes como en el de las artes populares. A esta Secretaría compete también la administración y enriquecimiento sistemático de las bibliotecas generales y especiales a su cargo, así como de las escolares; creación de institutos de investigación científica y técnica de laboratorios y observatorios.¹⁸²

¹⁸⁰ Durante esta etapa se habla sobre un “fracaso” del muralismo ya que uno de sus objetivos como corriente artística, era formar un proyecto ilustrativo con carácter educacional y político que pudiera ayudar a la población mexicana, en la que los números de analfabetismo eran realmente altos, ha comprender su historia sin necesidad de saber leer. Sin embargo, el muralismo resultó una combinación sumamente compleja y abstracta y pocos lograban descifrar las pinturas que yacían sobre los muros de los edificios del país. (consúltese, Ma. Fernanda Feria Rosa y Ma. Lince Campillo, “Arte y poder, Arte y grupos de poder: el Muralismo y La Ruptura”, Revista Scielo, s/vol., No. 21, s/pág., México, sep/dic 2010, Dirección URL: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162010000300005, [consultado el 10 de marzo de 2019])

¹⁸¹ Gerardo Estrada Rodríguez, *et. al.*, *Los Grandes Problemas de México*, Apuntes para una Cultura de la Historia Mexicana del Siglo XX, México, El Colegio de México, 2010 primera edición, p. 712

¹⁸² Eduardo Martínez, *Políticas Culturales: estudios y documentos. La política cultural de México*, [en línea] Francia, UNESCO, 1977, p. 24, Dirección URL: https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?id=p:usmarcdef_0000037076&file=/in/rest/annotation/SVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_0a156770-7759-4213-aa3e-e3bc64801fe5%3F_=037076spao.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000037076/PDF/037076spao.pdf - page=19&zoom=auto,-312,771, [consultado el 14 de febrero de 2019]

Durante la segunda mitad del siglo XX, la reestructuración sistemática de la cultura en México transformó el sentido y el papel del Estado en el manejo de ésta como una producción de folclore capitalista. La creación de políticas públicas fue una de las principales acciones del gobierno en materia de administración cultural. De igual forma el papel e importancia de la UNESCO en el proceso de institucionalización cultural fue el desarrollo de una estructura para la protección de las distintas áreas, en las que se incluyen temas como patrimonio cultural inmaterial y propiedad intelectual, en los que se engloba al folclore y las técnicas artesanales tradicionales que son propias del trabajo de los artesanos.

Las artesanías, al ser reconocidas por el Estado como parte elemental de la cultura y el desarrollo histórico del país, se integran a la reglamentación de la UNESCO y por sus cualidades, que involucran un proceso intelectual-creativo y un aporte cultural, se incluyen en el marco de legislación y protección de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). De acuerdo a datos de la UNESCO, fue hasta la década de los setenta cuando, a fin de proteger el folclore, comienzan las modificaciones y agregados legales pertinentes:

Posteriormente, la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial desarrollada en la 32a Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura “UNESCO”, celebrada en París en octubre del año 2003, definió como patrimonio cultural inmaterial “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”

El ámbito en el que se manifiesta el Patrimonio Cultural Inmaterial abarca:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- e) *técnicas artesanales tradicionales.*

La inclusión de las técnicas artesanales tradicionales dentro de los ámbitos que abarca el Patrimonio Inmaterial constituye un importante reconocimiento al rol desempeñado por la creación artesanal en la producción y reproducción de los medios de vida de los pueblos a través de toda la historia y de su función como elemento de articulación entre los valores materiales y espirituales de una colectividad.¹⁸³

Sin embargo, la institucionalidad que da forma a la producción de la industria cultural, ha desarrollado, a la par y con la misma rapidez, una dinámica en la que la sociedad de consumo se encuentra inmersa. Para Canclini, tanto la institucionalización anteriormente mencionada como los trabajos del Estado en la creación de políticas públicas en lo que refiere a cultura, forman parte de la intención para la inserción de la fuerza de trabajo en la expansión de capital.¹⁸⁴

Por lo tanto, las industrias culturales, categoría en la que se encuentran inmersas las artesanías, forman parte de la oferta del mercado que ha generado exitosamente una nueva forma de consumismo cultural, y la institucionalización y participación del Estado en la cultura ha impulsado y reforzado este nuevo mercado como mecanismo para la protección de sus propios intereses.

Durante la última década del siglo XX, las industrias culturales fueron guiadas bajo una lógica de producción comercial. El comercio internacional ahora incluía a los productos culturales como parte importante de la economía global y su comercialización se encontraba regulada por los diversos organismos y leyes que habían sido configuradas años antes.¹⁸⁵ De acuerdo a David Throsby, una de las razones de la institucionalización y regulación de la industria cultural es el impacto de los bienes que producen dichas industrias como objetos de mercado, pero también como portadores identitarios y simbólicos que atraviesan fronteras y penetran ideologías.¹⁸⁶

¹⁸³ Surnai Benítez Aranda, “La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo”, [en línea], México, UNESCO, Revista de cultura y desarrollo, s/año, s/núm., p.6, Dirección URL: http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf , [consultado el 16 de febrero de 2019]

¹⁸⁴ Néstor García Canclini, *El consumo cultural: una propuesta teórica*, [en línea], pp. 47, s/editorial, s/año, Dirección URL: <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf> , [consultado el 16 de febrero de 2019]

¹⁸⁵ *Ídem.*

¹⁸⁶ *Cfr.*, David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p.149

Por lo tanto, la industria cultural concluía el siglo XX con un nuevo marco legal y con nuevas atribuciones en el espacio comercial. A partir de este periodo, comenzó la intensificación de la producción y venta de distintas clases de productos culturales, así, el consumo de éstos se volvió parte de la cotidianidad de una nueva sociedad, educada bajo términos y mecanismos de consumo.

3.3 La estructuración de las redes de poder a través de los paradigmas del mercado del arte

El sistema capitalista y el libre mercado, han desarrollado una hegemonía cultural. Los mecanismos para la promoción y venta de la cultura forman parte de una estructura de clases, en la que intervienen distintos actores, pero que conserva rasgos esenciales del mecenazgo del Medioevo. La figura del mecenas o patrocinador y el papel del artista como actor falto de una serie de recursos indispensables, sigue estando presente en distintos niveles y en todas estructuras que componen a la industria cultural.

Para Canclini, el mecenazgo liberal representa una de las estructuras más importantes para entender y estudiar a la industria cultural en la época contemporánea, ya que esta nueva forma de mecenazgo representa las relaciones de poder y los grupos que dominan y controlan tanto la gestión como el funcionamiento del mercado del arte.¹⁸⁷ El Estado, con programas y políticas públicas, y los entes privados, representados por empresarios y asociaciones, son parte primordial del financiamiento y difusión de lo cultural.

Este modelo de operación ha consolidado una de las organizaciones más fuertes dentro de este ámbito. Asimismo, la presencia de estos actores, se ha impregnado en los procesos económicos que involucran a la producción cultural y artística. Sin embargo, su fortalecimiento se ha acrecentado a partir de la ausencia del Estado en materia cultural, en los espacios vacíos en donde la acción de éste ha faltado, han aparecido familias con poder económico y presencia política, las que se han apropiado de ciertos procesos culturales y han

¹⁸⁷ Néstor García Canclini, *Op, Cit.*, p. 28

hecho de la cultura y el arte una de red de relaciones de poder. Sobre ello Canclini explica lo siguiente:

Los representantes del mecenazgo moderno declaran apoyar a los creadores sin más motivos que la generosidad y sin otro fin que impulsar el desarrollo espiritual. Esta forma de promover la cultura, que en Europa tuvo su auge cuando aún no existía un mercado artístico amplio que organizara la relación de los creadores con el público, subsiste en EUA y otros países centrales en los que el Estado no es el impulsor predominante de la producción cultural. En América Latina, la debilidad del mercado artístico sigue dejando espacio a muchas fundaciones culturales promovidas por una persona o una familia.¹⁸⁸

De acuerdo a Canclini, esta nueva configuración hegemónica le ha impregnado un carácter puramente capitalista tanto a la industria cultural, como al mercado del arte. Este no se fundamenta únicamente sobre una lógica de economía de mercado, sino que conlleva un interés político en su trasfondo. Sin embargo, tanto para Canclini como Throsby, las relaciones de poder que se estructuran en la cultura son la razón de su papel y desarrollo en el ámbito económico. Para Throsby, la relación que une los intereses entre los actores públicos y privados es un vínculo económico, ya que ambos se benefician de forma directa de los activos generados a partir de la comercialización de la cultura aunado al poder político e influencia social que se pueden generar a través de ésta misma: “El hecho de que haya una dimensión económica en las actividades y comportamientos culturales de los que la política cultural pretende ocuparse indica que el valor económico de la cultura tendrá un importante interés político.”¹⁸⁹

Dentro de la esfera cultural y de la construcción de su industria yace un espacio en donde las relaciones de poder no dependen del Estado sino de aquellos grupos con capacidad de mando y características de supremacía. A partir de esa idea, Canclini habla de la individualidad que caracteriza a la industria cultural como uno de los rasgos más notables en la actualidad y sobre los rituales de mecenazgo y apadrinamiento que caracterizan al nuevo sistema capitalista cultural. Escribe Canclini: “Una familia poderosa o un consorcio controlado por un gran empresario dona periódicamente altas sumas de dinero para la creación artística [...]”

¹⁸⁸ Néstor García Canclini, *et. al.*, *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1990, p. 29

¹⁸⁹ David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p. 165

El desarrollo de la cultura no es visto como una cuestión colectiva [...] sino como el resultado de las relaciones individuales.”¹⁹⁰

Por ello, la adquisición de productos derivados de la industria cultural ha forjado un mercado para la sociedad que resulta hoy en día parte de la cadena de consumo y adquisición diaria. En el siguiente cuadro, Canclini explica, a partir de distintos paradigmas, la organización, objetivos y actores que intervienen en la industria cultural. Sobre el papel de las entidades privadas y las nuevas formas de consumo, Canclini propone el modelo de privatización neoconservadora, en el que explica la idea anteriormente mencionada sobre el papel de los entes privados y las estructuras de poder que de ellos derivan:

Cuadro 4. Los paradigmas de la industria cultural

Paradigmas	Principales agentes	Modos de organización de la relación política-cultural	Concepciones y objetivos del desarrollo cultural
Mecenazgo liberal	Fundaciones industriales y empresas privadas	Apoyo a la creación y distribución discrecional de la alta cultura	Difusión del patrimonio y su desarrollo a través de la libre creatividad individual
Tradicionalismo patrimonialista	Estados, partidos e instituciones culturales tradicionales	Uso del patrimonio tradicional como espacio no conflictivo para la identificación de todas las clases	Preservación del patrimonio folklórico como núcleo de la identidad nacional
Estatismo populista	Estados y partidos	Distribución de los bienes culturales de la élite y reivindicación de la cultura popular bajo el control del Estado	Afianzar las tendencias de la cultura nacional-popular que contribuyen a la reproducción equilibrada del sistema
<u>Privatización neoconservadora</u>		Transferencia del mercado simbólico	Reorganizar la cultura bajo las leyes del mercado y buscar en

¹⁹⁰ Néstor García Canclini, *et. al.*, *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1990, p. 27

	Empresas privadas nacionales y transnacionales	privado de las acciones públicas de la cultura	consenso a través de la participación individual en el consumo
Democratización cultural	Estados e instituciones culturales	Difusión y popularización de la alta cultura	Acceso igualitario de todos los individuos y grupos al disfrute de los bienes culturales
Democracia participativa	Partidos progresistas y movimientos populares independientes.	Promoción de la participación popular y las organizaciones autogestoras	Desarrollo plural de las culturas de todos los grupos en relación con sus propias necesidades

Elaboración propia, fuente: Néstor García Canclini, *et. al.*, *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1990, p. 27

En el cuadro anterior Canclini explica a la cultura como parte de un movimiento de intereses y como un sistema de poder, que independientemente del paradigma, contará siempre con dos actores principales: el Estado y las empresas. Ambos son los encargados de desarrollar el tejido económico y fortalecer la estructura a la que pertenecen. Asimismo, el consumismo se ha vuelto parte de la estructura colectiva y de la construcción de los diversos contextos sociales, ya que en la contemporaneidad que se desarrolla, se vive dentro de un espacio natural de mercado, en el que las relaciones, las interacciones y algunos procesos sociales van ligados a una lógica de consumo.

La idea anterior la desarrolla Canclini en su texto *El consumo cultural: una propuesta teórica*.¹⁹¹ El tercer modelo de las formas de consumo de Canclini, que se exponen a continuación, explica a este proceso como un mecanismo de distinción simbólica entre las clases, en donde se justifica la desigualdad y la estratificación social a partir de la divergencia en gustos. En el primer modelo se refuerza la idea del consumo como parte de la estrategia del sistema para su supervivencia y para la reproducción del trabajo y la expansión del capital.

¹⁹¹ Néstor García Canclini, *El consumo cultural: una propuesta teórica*, [en línea], s/ lugar, s/ editorial, s/ año de edición, Dirección URL: <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf> , [consultado el 19 de febrero de 2019]

Por ello, el momento del consumo es uno de los procesos más importantes en la estructura del mercado del arte, ya que es el punto de unión en la que la existencia y desarrollo de la industria cultural cobra sentido para la lógica capitalista. De esta forma, la complejidad del sistema económico que se crea a partir de la industria cultural, se fundamenta en una estructura de poder que controla a los medios de producción y a los mecanismos de administración y venta.

Esto muestra que, más allá de la experiencia estética que pueda existir en la relación entre el consumidor y el arte, el momento de interrelacionarse en el acto del consumo, representa el punto de fortalecimiento para sistema capitalista cultural. Los modelos que Canclini explica logran exponer las diferentes representaciones y significados de la cultura como una herramienta creada y utilizada para el dominio de la sociedad y del mercado. A continuación, se presentan los seis modelos de Néstor Canclini sobre el consumo cultural:

Cuadro 5. Los modelos del consumo cultural de Néstor Canclini

Modelo 1 *El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de la expansión del capital. Todas las prácticas de consumo, actos psicosociales tan diversos como habitar una casa, comer, divertirse pueden entenderse, en parte como medios para renovar la fuerza laboral de los trabajadores y ampliar las ganancias de los productores.*

Modelo 2 *El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. Si bien desde la perspectiva de los productores y de la reproducción del capital el incremento del consumo es consecuencia de la búsqueda de un lucro mayor, desde el ángulo de los consumidores, el aumento de los objetos y de su circulación deriva del crecimiento de las demandas.*

Modelo 3 *El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.* [...] ante la masificación de la mayoría de los bienes generada por la modernidad, las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que se poseen sino por la forma en que se los utiliza [...] estudios como los de Pierre Bourdieu revelan que, para ocultar las diferencias de las y por las posesiones económicas, se busca justificar la distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros.

Modelo 4 *El consumo como sistema de integración y comunicación.* No siempre el consumo funciona como separador entre las clases y los grupos [...] advertimos entonces que el consumo puede ser también un escenario de integración y comunicación

Modelo 5 *El consumo como escenario de objetivación de los deseos.* Además de tener necesidades culturalmente elaboradas, actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de las cosas precisas o a la relación con personas determinadas.

Modelo 6 *El consumo como proceso ritual.* Ninguna sociedad soporta demasiado tiempo la irrupción errática y diseminada del deseo. Ni tampoco la consiguiente incertidumbre de los significados. Por eso, se crean rituales. Los rituales, explican Douglas e Isherwood, “sirven para contener el curso de los significados” y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso.

Elaboración propia con datos de: Néstor García Canclini, *El consumo cultural: una propuesta teórica*, [en línea], s/ lugar, s/ editorial, s/ año de edición, Dirección URL: <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf>, [consultado el 19 de febrero de 2019]

Por lo tanto, el mercado del arte en la contemporaneidad debe ser definido con ambos adjetivos, como el espacio en el que se realizan las operaciones de compraventa de productos reconocidos como obras o material artístico, que a su vez depende de la participación de diferentes actores para su funcionamiento, logística y administración. Entre estos se pueden encontrar: artesanos, artistas, intermediarios, galeristas, subastadores, curadores e incluso la propia figura de los museos. Pero, el mercado del arte también es el entramado de vínculos y asociaciones entre entes privados con gran poder, que interfieren y modifican de forma constante a la industria cultural en general y la dotan con capacidades políticas, sociales y

económicas; es allí en donde yace su complejidad. El primer modelo de Canclini resume una de las premisas principales para entender el mercado del arte: *El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de la expansión del capital*. El modelo 3 explica la estructura clasista sobre la que la industria cultural y el mercado del arte se forjan, por ello es indispensable ambos puntos para entender la lógica de poder y la configuración política del mercado del arte.

3.4 La artesanía, la hegemonía y la industria cultural: desigualdad, estratificación social y pobreza

A mitad del siglo XX, las artesanías cobraron mayor importancia para el sistema económico nacional. A las poblaciones indígenas, se les reconoció como la base de la identidad nacional y como parte esencial de la estructura sociocultural del país, a través de la creación de un discurso estatal. A partir de ese momento, una fracción de la población indígena fue integrada como parte de un nuevo mercado, en el que su trabajo artístico sería asesorado por el gobierno. Esto formaba parte del nuevo proyecto gubernamental para fomentar el crecimiento económico de la nación, sustentado bajo un discurso de carácter humanista y cultural que justificaba la presencia e intervención del gobierno como el principal impulsor y enaltecedor de los pueblos originarios, con el objetivo de lograr la apreciación del trabajo artesanal a nivel nacional e internacional.

Por lo tanto, debido a la razón histórica con raíz sociocultural, sociopolítica y socioeconómica de donde nace y se desarrolla el mercado de las artesanías; el estudio del mercado mexicano artesanal coexiste, se desarrolla e implica diferentes áreas de estudio, que a su vez integran y analizan problemáticas estructurales de la sociedad mexicana como las enormes brechas de desigualdad, el racismo, la pobreza nacional y la estratificación social. Por lo que, es imposible concebir un análisis tanto cualitativo como cuantitativo de la comercialización de las artesanías mexicanas sin tomar en cuenta los factores sociales que la conforman y a partir de ello estudiar la verdadera complejidad que emana de este tema.

En el caso particular de México y de las artesanías, una de las instituciones más importantes en el sector cultural, basado en el discurso institucional que la describe, es el Fondo Nacional

para las Artesanías (FONART). Esta una institución reconocida como una de las estrategias más exitosas del gobierno mexicano en materia de impulso para el desarrollo e integración de las comunidades indígenas al sistema económico nacional; y su labor inicia en 1974.

La creación del FONART responde a una coyuntura nacional en la que comenzaba una transición de carácter económico-liberal, etapa que resulta fundamental para el sector cultural del país. Carlos Monsiváis describe al periodo que inicia en 1968 como el punto de partida de un proyecto de Estado en el que el objetivo de fondo era consagrar un orden político, económico y social que fuera funcional para el desarrollo del mercado y para el proyecto capitalista que comenzaba a gestarse en la estructura internacional, en la que México, como parte de sus objetivos de nación, debía insertarse. Así, una de las principales herramientas del Estado para generar por medio de acciones sociales crecimiento económico, fue la cultura, a partir de ese momento las políticas y programas públicos creados sobre la cultura se transformaron en una herramienta del Estado.¹⁹²

Carlos Monsiváis describe, con una pequeña ecuación, este proyecto de Estado mexicano. Explica al nacionalismo como una de las columnas más importantes sobre las que se sostiene la estructura de poder e intereses de clase que rigen al sistema económico nacional, mismo que retoma y crea discursos sobre la cultura y la historia para legitimarse.

El nacionalismo unifica, destruye o arrincona las lealtades regionales y locales y forja la estructura de la sociedad capitalista, al tiempo que declara integrados al proyecto de desarrollo los intereses de todas las clases. Variedad de oficios: el nacionalismo permite a la clase gobernante arraigar su dominio, movilizar a los explotados en apoyo de sus empresas y ordenar lealtades políticas fundándose en un consenso (dirigido) de intereses.¹⁹³

De acuerdo a Monsiváis, existe una estructura y planes nacionalistas regidos por una lógica de poder, en la que construir a la nación es el principal prerrequisito del desarrollo capitalista. La suma de las formulas y programas nacionalistas son construidas para forjar y fortalecer al

¹⁹² Cfr., Carlos Monsiváis, 1968-1978: Notas sobre la cultura y la sociedad en México, [en línea], s/Vol., No. 17, pp. 44-58, México, Editorial Era, julio-septiembre 1978, Dirección URL: https://www.ses.unam.mx/docencia/2012II/Monsivais_NotasSobreLaCultura.pdf, [consultado el 12 de julio de 2019]

¹⁹³ *Ídem.*

desarrollo económico-neoliberal de la nación.¹⁹⁴ Si lo anterior se formulara en una ecuación, quedaría de la siguiente forma:

$$\therefore \text{Fórmulas nacionalistas} + \text{Programas nacionalistas} = \text{Desarrollo capitalista}$$

Monsiváis también desarrolla y explica la idea del crítico literario inglés, Jean Franco sobre la reproducción ideológica de la vida cotidiana. Ambos autores coinciden en que el nacionalismo, en efecto, construye la legitimidad del Estado, pero lo hace por medio de la aceptación de la desigualdad y el clasismo. Lo anterior es de suma importancia, ya que explica al movimiento nacionalista por el que surge el interés de desarrollar e impulsar a las artesanías como parte de un plan que no buscaba generar bienestar a las comunidades que serían “beneficiadas”. El objetivo real era impulsar un plan con interés capitalista, para generar aumento del capital estatal.

De esta forma, el FONART, creación y fruto de la idea nacionalista del Estado, nace y se desarrolla como un fideicomiso federal: una creación institucional con capacidad jurídica para realizar transferencias de bienes, en este caso, sumas monetarias a un sector poblacional determinado. De acuerdo a los estatutos y objetivos oficiales del FONART, esta institución se fundamenta bajo un esquema de propósitos y metas económicas, no sociales.¹⁹⁵ Es importante enfatizar que la lógica que siguen tanto el funcionamiento como las operaciones del FONART se establecen a través de una línea económica desde 1974. Este fideicomiso se encuentra sectorizado a la Secretaría de Desarrollo Social. El objetivo principal del FONART es contribuir a mejorar el ingreso de las personas en situación de pobreza por medio de planes comerciales y un subsidio mensual fijo.¹⁹⁶

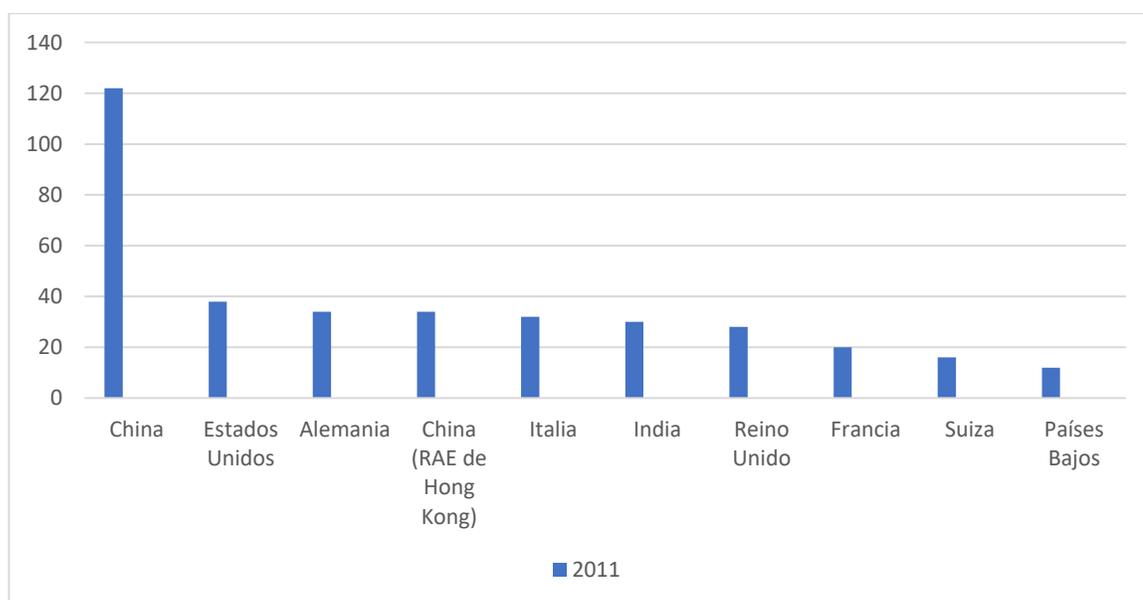
¹⁹⁴ Cfr., Carlos Monsiváis, 1968-1978: *Notas sobre la cultura y la sociedad en México*, [en línea], s/Vol., No. 17, pp. 44-58, México, Editorial Era, julio-septiembre 1978, Dirección URL: https://www.ses.unam.mx/docencia/2012II/Monsivais_NotasSobreLaCultura.pdf, [consultado el 12 de julio de 2019]

¹⁹⁵ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Ficha de Monitoreo: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2017 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/FMyE_2016_2017/FMyE_20_S057.pdf, [consultado el 14 de julio de 2019]

¹⁹⁶ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Informe de Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2015 Dirección URL:

La gráfica 2 muestra las exportaciones totales a nivel internacional de productos creativos ha sido dominado por las economías hegemónicas globales que forman parte de las llamadas “economías desarrolladas”. Los datos muestran la comparación de ganancias por exportaciones entre estas economías, es importante notar que, de acuerdo a la UNCTAD, el dominio de la industria cultural se encuentra cooptado por países como China, Estados Unidos y Alemania, sin embargo, no figuran las economías en desarrollo como México.

Gráfica 2. Productos creativos: principales exportadores a nivel mundial (en miles de millones de dólares)



Elaboración propia con datos de: UNCTAD, Comunicado de prensa, *Según cifras de la UNCTAD, el comercio de productos creativos alcanzó un nuevo máximo en 2011*, [en línea], Suiza, UNCTAD, 15 de mayo de 2013, Dirección URL:

<https://unctad.org/es/Paginas/Pressrelease.aspx?OriginalVersionID=129>, [consultado el 19 de febrero de 2019]

En cuanto al papel de México, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el año 2017, la producción interna del sector cultural tuvo un crecimiento exponencial en relación con el PIB. Las artesanías fueron la segunda actividad cultural nacional que generó mayor ingreso en ese año, lo que las categoriza como uno de los mercados más importantes para la incentivación del crecimiento de la economía nacional de

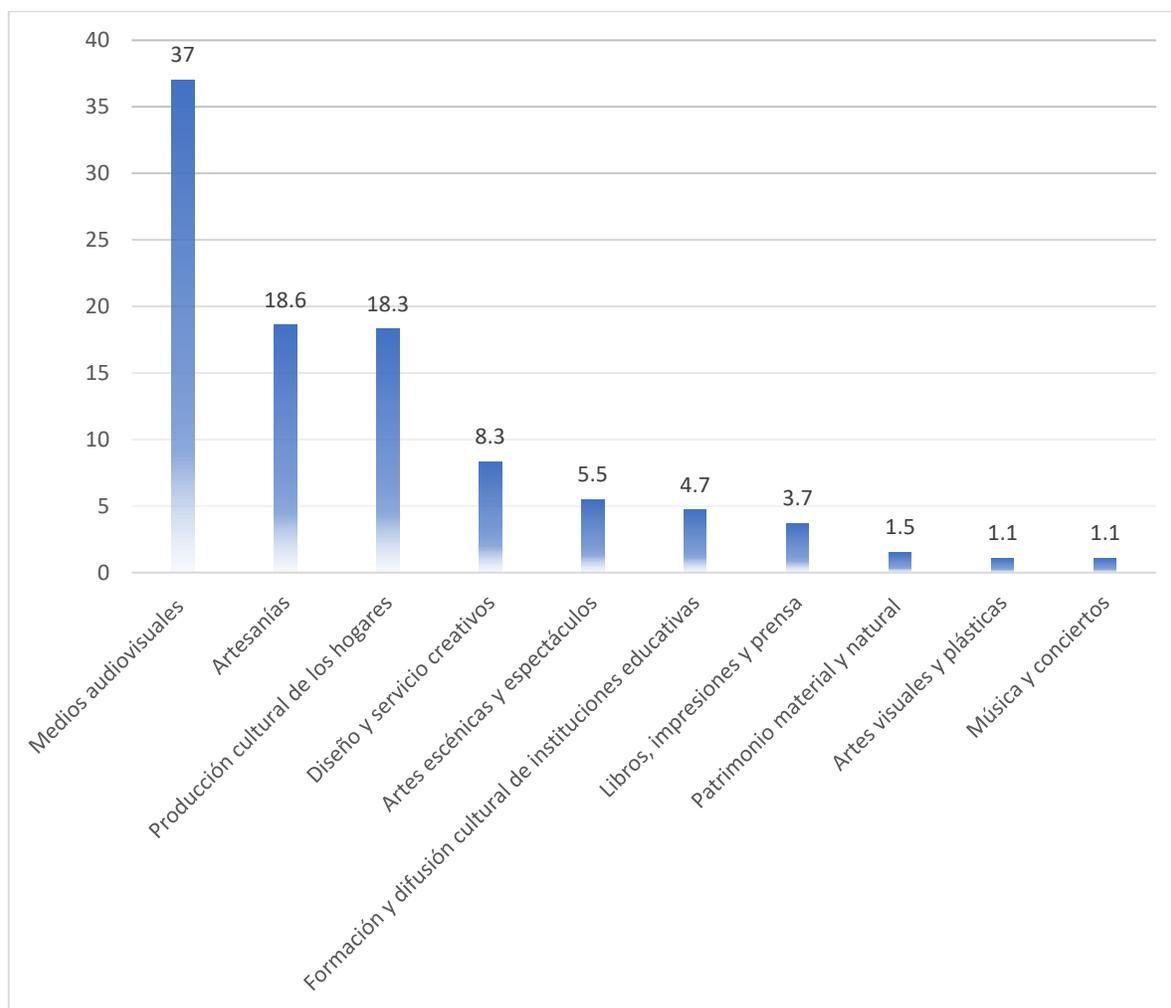
https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/EED_2014_2015/SEDESOL/S057_FONART/S057_FONART_IC.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]

acuerdo al INEGI: “en el año 2017, el Producto Interno Bruto (PIB) de las actividades vinculadas con el sector de la cultura ascendió a 661 mil 505 millones de pesos, a precios básicos, lo que representó el 3.2% del PIB del país. A su interior, esta cifra se conformó con 2.4 puntos del valor de los bienes y servicios producidos para el mercado y 0.8 puntos de las actividades no de mercado relacionadas con la cultura.”¹⁹⁷

¹⁹⁷ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Cuenta Satélite de la cultura en México 2017*, [en línea], México, INEGI, 14 de noviembre de 2018, Dirección URL: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf, [consultado el 20 de febrero de 2019]

A continuación, se muestra gráficamente la distribución del PIB del sector cultura por actividades realizadas en 2017 a nivel nacional:

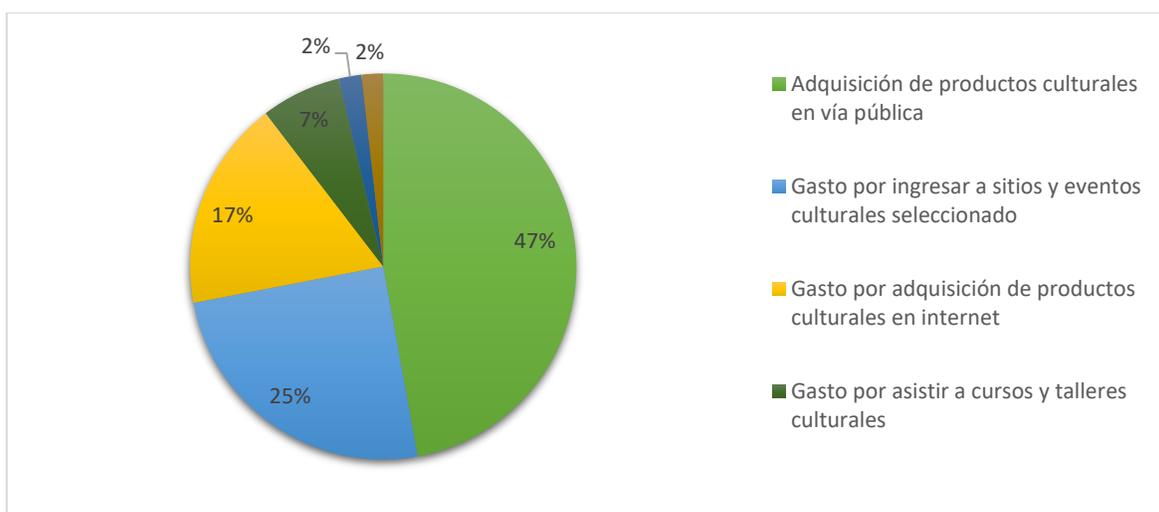
Gráfica 3. Distribución del PIB del sector de la cultura en México por actividades *, 2017
(Estructura porcentual)



Gráfica 2 *Esta clasificación integra las recomendaciones realizadas por la UNESCO y el Convenio Andrés Bello (CAB) en materia de contabilidad de la cultura. Para conocer el contenido de cada una de estas áreas se sugiere revisar la nota metodológica, al final de este documento. Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Cuenta Satélite de la cultura en México 2017*, [en línea], México, INEGI, 14 de noviembre de 2018, Dirección URL: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf, [consultado el 20 de febrero de 2019]

De acuerdo con la gráfica anterior, las artesanías son el segundo sector que mayores ganancias genera para la economía de la cultura en México. De acuerdo al INEGI, en los puestos de trabajo ocupados remunerados en la cultura, el sector de las artesanías aporta un mayor número de plazas, con un porcentaje total de 32% hasta 2013; mientras que áreas como artes plásticas, patrimonio y música representan juntas sólo el 4%.¹⁹⁸ De acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumo Cultural en México (ENCCUM) de 2012, el gasto total por la adquisición de bienes y servicios culturales en los hogares, ascendió a 122,268.9 millones de pesos; gasto nacional que se distribuyó de la siguiente manera:

Gráfica 4. Gasto total por la adquisición de bienes y servicios culturales de los hogares en 2012



Elaboración propia con datos de: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México, [en línea], México, INEGI, 2012, Dirección URL: [http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/Encuesta Nacional de Consumo Cultural de Mexico 2012.pdf](http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/Encuesta_Nacional_de_Consumo_Cultural_de_Mexico_2012.pdf), [consultado el 10 de mayo de 2019]

El FONART, que es la entidad encargada de brindar apoyo para impulsar el arte nacional; exige el cumplimiento de dos requisitos principales para recibir el pago del subsidio mensual que ofrece: el primero es formar parte de alguna comunidad indígena de México y el segundo es que la persona debe ser considerada, de acuerdo a los estándares del Consejo Nacional de

¹⁹⁸ Instituto Nacional de Geografía y Estadística, Cuenta Satélite de la cultura en México 2013, [en línea], México, INEGI, 2013, Dirección URL: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/producto_s/nueva_estruc/702825074241.pdf, [consultado el 11 de mayo de 2019]

Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), como parte de la población vulnerable y su ingreso mensual debe de encontrarse por debajo de la línea de bienestar, que de acuerdo a esta institución, hasta el año 2015, marcaba un ingreso promedio de 951 pesos mensuales por persona (medido por canasta alimentaria).¹⁹⁹

En el año 2015, el CONEVAL fue la institución encargada de realizar el Informe de Evaluación Específica de Desempeño a los programas realizados por el FONART de 2014 a 2015. En el mismo año, la población total de artesanos que debieron ser atendidos por el Fondo, eran aproximadamente 600, 000 personas, mismas que, de acuerdo con el estudio, se encontraban distribuidos en toda la República. Tan sólo en ese año, del total de la población artesanal, el FONART únicamente logró atender a 35, 777 artesanos.

El estudio demostró también un sesgo de género, ya que, del total, los mayores beneficiados fueron 25,368 artesanos hombres, mientras que las artesanas mujeres que recibieron el apoyo fueron tan sólo 10,109. Asimismo, se realizó un mapeo sobre la población artesanal en el país, el mapa a continuación muestra la localización geográfica de la población productora de artesanías en México mapeada por el CONEVAL en 2015; los puntos rojos señalan los estados con artesanos que recibieron subsidio por parte del FONART, las entidades marcadas con verde (Sonora y Coahuila) fueron los únicos dos estados en los que ninguna comunidad fue beneficiada por el programa.

Es importante destacar que, los estados con mayor concentración de población indígena coinciden en ser también las entidades con mayor grado de pobreza en México. De acuerdo al CONEVAL: “seis estados del país concentran el 64.8% de la población indígena: Oaxaca, Chiapas, Veracruz, Estado de México, Puebla y Yucatán. Cinco de estas entidades tienen niveles de pobreza superiores al porcentaje nacional (43.6%), entre estas destacan Oaxaca y Chiapas con 70.4 y 77.1%, respectivamente.”²⁰⁰ Asimismo, el CONEVAL informa que hasta

¹⁹⁹ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Ficha de Monitoreo: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2017 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/FMyE_2016_2017/FMyE_20_S057.pdf, [consultado el 14 de julio de 2019]

²⁰⁰ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, Día Internacional de los Pueblos indígenas, comunicado de prensa, [en línea], CONEVAL, 2018, Dirección URL:

2016 el 71.9% de la población indígena, es decir, 8.3 millones de personas, se encontraban en situación de pobreza y, adicionalmente, 3.2 millones (28.0%) presentaban tres o más carencias económicas y no tenían la capacidad financiera de adquirir la canasta básica, lo que los colocó en una situación de pobreza extrema.²⁰¹

Mapa 1. Localización geográfica de población atendida por el FONART, 2014-2015



Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Informe de Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2015 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/EED_2014_2015/SEDESOL/S057_FONART/S057_FONART_IC.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]

<https://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Comunicadosprensa/Documents/Comunicado-Dia-Pueblos-Indigenas.pdf>, [consultado el 20 de julio de 2019]

²⁰¹ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Informe de Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2015 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/EED_2014_2015/SEDESOL/S057_FONART/S057_FONART_IC.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]

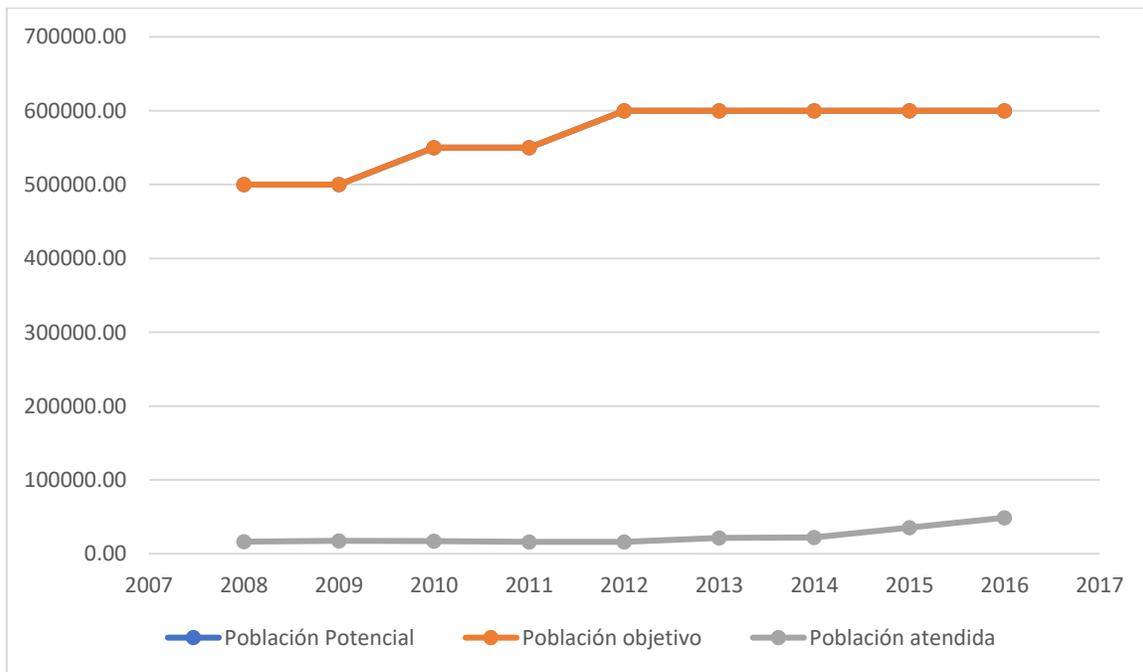
El mapa indica la existencia de una concentración de recursos destinados por el FONART en la zona centro y sur del país, principalmente en estados como Hidalgo, Tlaxcala, Oaxaca, Estado de México, Veracruz, Guerrero, Puebla y Chiapas.

De igual forma, en el año 2016, el CONEVAL dio a conocer los resultados del alcance real que tuvo el FONART, medido en un rango de ocho años, de 2008 a 2016. Las cifras mostraron que fueron beneficiados tan sólo el 8% (48, 748 artesanos) del total de la población artesanal potencial nacional (700, 000 artesanos), que a su vez representa sólo el 5.8 % del total de artesanos en México, que rondan los 12 millones, de acuerdo al INEGI.²⁰²

El subsidio, de acuerdo con reglamento del FONART, puede alcanzar como suma máxima 15, 000 pesos por artesano anualmente, lo que representa un apoyo mensual de 1, 250 pesos por persona. En la Gráfica 4 se muestra la tabulación de la población atendida o beneficiada por el FONART de 2008 a 2016. Es importante destacar que la población potencial y la población objetivo representan el mismo valor:

²⁰² Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Artesanos y Artesanías, una perspectiva económica”, [en línea], INEGI, 2018, Dirección URL: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/330994/ARTESANOS_Y_ARTESANIAS_UNA_PERSPECTIVA_ECONOMICA.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]

Gráfica 5. Población atendida por el FONART de 2008 a 2016



Elaboración propia con datos de: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Informe de Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2015 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/EED_2014_2015/SEDESOL/S057_FONART/S057_FONART_IC.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]

De acuerdo con los datos mostrados anteriormente, las cifras reales del FONART demuestran dos resultados importantes. El primero es la insuficiencia del presupuesto total de este fideicomiso, ya que, según el CONEVAL, hasta 2016 el FONART recibió 196.76 MDP, los cuales, a razón de la población potencial y objetivo de esta institución, debían ser divididos para cubrir y beneficiar a 594,730 artesanos, cifra que representa sólo 5% del total de la población artesanal del país. El presupuesto sólo logró beneficiar a 48,748 artesanos, el equivalente al 0.41 % del total de los artesanos reales en México.

Por otro lado, de acuerdo al CONEVAL, los artesanos beneficiados por el programa, sufren de diversas carencias como la falta servicios de salud y acceso a la canasta básica; por lo que, el ingreso que reciben por parte del FONART, que ronda aproximadamente la cantidad de 1,250 pesos, es utilizado para cubrir servicios y tener acceso a la canasta básica y no para la producción de su arte. Por ello, el Consejo recomienda que, para generar una correcta funcionalidad y cumplir con los objetivos del FONART, los artesanos deben ser atendidos y

beneficiados al mismo tiempo por otros programas de bienestar social como PROSPERA²⁰³ para que así el dinero que reciban pueda ser ocupado como subsidio real para la producción de sus artesanías.²⁰⁴

Realizar un estudio sobre el mercado artesanal de México y las estructuras que lo crearon, conlleva, ante todo, el análisis de dos de los problemas estructurales del país: la pobreza y la desigualdad. Acorde con los resultados del CONEVAL en el Informe de la Evaluación Específica de Desempeño, hasta 2016, no existen resultados favorables ni un correcto funcionamiento de este fideicomiso, debido a la brecha desigualdad, el nivel de pobreza, la falta de servicios, el rezago educativo, la inseguridad alimentaria, la falta de seguridad social y servicios de salud, ya que éstos son la realidad de las comunidades indígenas que representan la población objetivo del FONART.

Sin embargo, de acuerdo con el discurso estatal, el sector cultural representa para México una oportunidad de crecimiento económico. Es por ello que las estructuras institucionales son creadas como parte de un plan de desarrollo y están diseñadas para generar y fortalecer al sistema económico del país, pero carecen de sentido y objetivos sociales, de una visión panorámica y de un verdadero enfoque socioeconómico. He allí la razón del problema sobre el funcionamiento y la eficacia de fideicomisos como el FONART.

Aunado a ello, existe una latente fragilidad en el mercado artesanal mexicano ante el contexto globalizado en el que se desarrolla. De acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad

²⁰³ Este programa es el sucesor del programa *Oportunidades* y su objetivo es articular y coordinar la oferta institucional de programas y acciones de política social, incluyendo aquellas relacionadas con el fomento productivo, generación de ingresos, bienestar económico, inclusión financiera y laboral, educación, alimentación y salud, dirigida a la población que se encuentre en situación de pobreza extrema, bajo esquemas de apoyos que les permitan a las familias mejorar sus condiciones de vida y aseguren el disfrute de sus derechos sociales y el acceso al desarrollo social con igualdad de oportunidades. Comisión Económica para América Latina y El Caribe, “PROSPERA”, *Base de datos de programas de protección social no contributiva*, [en línea], CEPAL, s/año, Dirección URL: <https://dds.cepal.org/bpsnc/programa?id=92>, [consultado el 22 de marzo de 2020]

²⁰⁴ Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Informe de Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2015 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/EED_2014_2015/SEDESOL/S057_FONART/S057_FONART_IC.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]

Intelectual (WIPO por sus siglas en inglés y OMPI por sus siglas en español), los productos artesanales, a pesar de constituir expresiones culturales tradicionales (ECT) que conllevan conocimientos tradicionales (CC.TT.), no cuentan con un marco legal que las proteja, lo que las deja expuestas ante delitos como la falsificación, imitación y apropiación cultural.²⁰⁵

De acuerdo con la OMPI, hasta el momento, los artesanos pueden cobijarse bajo un marco jurídico de derechos de propiedad intelectual como el registro de patentes, de modelos industriales o de marcas, sin embargo, debido a las múltiples carencias que sistematizan su realidad, así como los diferentes requerimientos que implica el realizar estos trámites, dejan a los artesanos sin oportunidad de proteger su arte ante una estructura legal. Sin embargo, hay que reconocer que, las estructuras legales nacionales e internacionales de propiedad intelectual son un mecanismo para generar propiedad privada y por lo tanto son un medio de privatización; por ello es que sólo ciertos grupos o clase social logran proteger y privatizar su capital cultural.

La OMPI reconoce también que el conocimiento tradicional y las expresiones culturales tradicionales son activos económicos que pueden ser utilizados, comercializados o cedidos en licencia para generar ingresos y fomentar el desarrollo económico. Entonces para México, nación considerada como “multicultural” y rica en CC. TT y ECT, la cultura representa una estrategia económica y se materializa como el interés de mercado para el Estado, por ello, su regulación es responsabilidad directa del mismo. La configuración del FONART representa también el intento de mercantilización artesanal en el que se ve reflejado un interés del Estado por hacer económicamente funcional y redituable para el país el trabajo de las comunidades indígenas. Sin embargo, tanto el FONART como las organizaciones internacionales, al enfocarse en un interés económico, olvidan el carácter y las problemáticas sociales en las que las comunidades artesanales se encuentran envueltas.

En México, las artesanías representan una pieza clave de la industria cultural del país, ya que es el oficio de más de 12 millones de personas. De acuerdo al Gobierno Federal, el FONART,

²⁰⁵ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *La propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional*, [en línea], WIPO, 2016, Dirección URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf, [consultado el 20 de julio de 2019]

es la institución especializada que cuenta con una sofisticada estructura para cumplir con sus tareas de alto nivel de responsabilidad, que incluyen: la protección y el desarrollo de esta actividad artística, así como incentivar su inserción en el mercado internacional. Esta institución funge como la principal organización gubernamental encargada de los procesos administrativos de la industria artesanal.²⁰⁶

A continuación, se mencionan los apoyos que el FONART promueve para impulsar la producción artesanal en el país y el monto que ofrece para cada uno, todos ellos en moneda nacional (MXN). Cabe destacar que los apoyos brindados por esta institución se otorgan por un periodo anual:

Apoyos para Impulsar la Producción

- Apoya a la persona artesana con recursos económicos y/o en especie para fortalecer la adquisición de materia prima y/o herramientas de trabajo.
- Se podrán otorgar apoyos individuales hasta por \$15,000 al año, de acuerdo a la disponibilidad presupuestal del FONART.

Acopio de Artesanías.

- Beneficia en forma individual a través de la compra de la producción del artesano.
- El monto máximo de adquisición es de hasta \$15,000 al año.

Apoyos para la Promoción Artesanal en Ferias y Exposiciones.

- Se apoya con recursos económicos para la transportación, hospedaje, la construcción o acondicionamiento de espacios y mobiliario de exhibición.
- Se entregan apoyos económicos de hasta \$15,000 por persona artesana al año.
- En el caso de ferias y exposiciones internacionales, los montos podrían superar los \$15,000 al año por persona artesana y hasta por un monto de \$40,000, previa autorización del COVAPA.

Concursos de Arte Popular

- Es el reconocimiento a los artesanos que se distinguen por la preservación, rescate e innovación de las artesanías.
- Son premios en económico que se obtienen al resultar ganadores en los concursos de Arte Popular a nivel: Regional, Estatal y Nacional

²⁰⁶ Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, (FONART), Ejercicio Fiscal 2018, México, Secretaría de Desarrollo Social, FONART, 2018, Dirección URL: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/290676/FONART.pdf>, [consultado el 22 de febrero de 2019]

- Los montos máximos de premio por persona y por tipo de concurso son: Regional: \$30,000, Estatal: \$15,000 y Nacional: \$125,000²⁰⁷

Lo anterior indica que, incluso el papel que juega el FONART como fideicomiso, carece de una estructura y planes funcionales para lograr el cumplimiento de sus objetivos, por lo que no logra cubrir las necesidades de los artesanos. Ello evidencia también que, tanto los objetivos de éste, como el desarrollo de la industria artesanal, se encuentran estancados en México, ya que el cúmulo de problemáticas que envuelven a la población indígena trascienden el mal funcionamiento de la principal institución por la que son subsidiados.

Al mismo tiempo, y de la mano de los problemas nacionales a los que se enfrentan las artesanías, existe también una hegemonía de mercado dentro de la industria cultural que permea en el desarrollo, crecimiento y papel de las economías como México en un contexto internacional, al intentar introducirse en este mercado. La adecuación y creación de leyes en materia cultural responde a una lógica no directamente de consumo, sino de acumulación de conocimiento para generar ganancias. Esto se inserta en una nueva forma de economía, llamada “economía del conocimiento”, en la que convergen los intereses del sector público y privado para la acumulación y apropiación de capital cultural y simbólico, que más tarde se materializará en ganancias económicas. Dicho término fue acuñado por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) en 1996. “el término fue utilizado para el conjunto de países industrializados en los que se reconoció al conocimiento como el factor clave del crecimiento económico.”²⁰⁸

De acuerdo a datos del INEGI, hasta 2017, uno de los pilares en el sector cultural, en el aspecto económico, fue el número de trabajos generados a partir de la elaboración y comercialización de las artesanías, ya que del total de las actividades realizadas por el sector cultural, las artesanías ocuparon el primer lugar: “durante 2017, las actividades asociadas con el sector de la cultura generaron en total 1 millón 384 mil 161 puestos de trabajo, lo que representó el 3.2% de los correspondientes al total del país. En su comparación anual, el

²⁰⁷ *Ídem.*

²⁰⁸ Carlos Sánchez y Humberto Ríos, “La Economía del Conocimiento como base del crecimiento económico de México”, [en línea], Vol. 8, No. 2, pp. 43-60, Venezuela, Revista Venezolana de Información, tecnología y Conocimiento, 2 mayo - agosto 2011, Dirección URL: <https://www.redalyc.org/pdf/823/82319126004.pdf>, [consultado el 21 de julio de 2018].

número de puestos se incrementó 1.5% respecto a 2016, siendo la elaboración de artesanías la de mayor dinamismo con un aumento de 2.9% en comparación con el año anterior.”²⁰⁹

La especialista inglesa en propiedad intelectual, Johana Gibson, explica que la idea del dominio y la privatización del conocimiento están basados en estructuras occidentales de apropiación y de acumulación hegemónica: “Los modelos de propiedad intelectual están circunscritos por las tradiciones occidentales legales, económicas y filosóficas de la tierra y la propiedad de la tierra.”²¹⁰ De acuerdo a Gibson, la comparación entre la propiedad intelectual y la propiedad de la tierra se sostiene en una lógica de poder; lo que deriva en la construcción de una hegemonía del conocimiento, que implica su acumulación, privatización y venta; componentes que a su vez fortalecen la estructura del imperialismo cultural. Gibson explica también el trazado de relaciones de poder y el fortalecimiento del capitalismo por medio de la acumulación y privatización del conocimiento²¹¹, lo que genera que ciertos países puedan ser llamados *economías internacionales del conocimiento* y explica que bajo su territorio se produzca y se reproduzca el gran poder cultural:

La relación entre los derechos de autor y las expresiones culturales tradicionales (TCE) es un esquema inquieto y problemático, uno que no sólo localiza los intereses dentro del carácter propietario y objetivo de los derechos de autor, sino también uno que comparte mucho con la narración imperial del conocimiento que acompaña a las historias de colonización y cartografía global. Las leyes de propiedad intelectual trazan las rutas comerciales modernas construidas sobre las economías internacionales del conocimiento. Por lo tanto, el conocimiento está inextricablemente vinculado geográficamente, no sólo para comunidades, pero también por el impulso de la globalización.²¹²

La regulación del conocimiento bajo un marco jurídico internacional responde también a intereses económicos, que se resguardan bajo discursos democráticos y de bienestar global. Ya que la propiedad intelectual es el principal sostén de la economía del conocimiento y

²⁰⁹ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Cuenta Satélite de la cultura en México 2017*, [en línea], México, INEGI, 14 de noviembre de 2018, Dirección URL: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf, [consultado el 23 de febrero de 2019]

²¹⁰ Johana Gibson en Christoph Beat Graber, *Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions in a Digital Environment*, Gran Bretaña, Edward Elgar Publishing, Inc., 2008, p. 185

²¹¹ Cfr., Johana Gibson en Christoph Beat Graber, *Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions in a Digital Environment*, Gran Bretaña, Edward Elgar Publishing, Inc., 2008, p. 187

²¹² *Ibidem*, p. 182

construye lo que Gibson denomina como un *reinado territorial del conocimiento*, que está protegido y regulado por normas occidentales²¹³, explica Gibson sobre la estructura legal occidental: “el conocimiento y la relación con ese conocimiento se entiende sólo en el contexto de la institución de paradigmas jurídicos occidentales y la justicia legitimada de los intereses de propiedad individuales.”²¹⁴

Es precisamente por medio de la vía internacional en donde se legitiman y legalizan lo que George Yúdice denomina como los centros de comando y de control de las industrias culturales, mismos que establecen y fortalecen tanto a la privatización del conocimiento, como a la reestructuración teórica y conceptual de la cultura, y es así como se fortalece el modelo del imperialismo sobre el que en la actualidad se sustenta la industria cultural internacional.²¹⁵

El FONART ha desarrollado distintos planes de acción que están enfocados a la integración total de las artesanías como parte del sistema económico. Sin embargo, la estructura y capacidad de esta institución para el desarrollo de la industria artesanal se enfoca en el apoyo base para impulsar el primer paso del proceso artesanal. Es decir que, los planes del FONART implican subsidio financiado por parte del gobierno, pero no existen planes de seguimiento que indiquen tasas de rendimiento y número de exacto de artesanos. Tampoco existe un plan estructurado que incentive la exportación como un ejercicio de comercialización o estrategia comercial al que se puedan integrar los artesanos y mucho menos protege los procesos creativos de los hacedores de arte mexicano.

A continuación, se desglosa el plan productivo general que el FONART sigue para la administración, subsidio y promoción de las artesanías:

²¹³ *Ídem.*

²¹⁴ *Ibidem*, p.187

²¹⁵ *Cfr.*, George Yúdice, “La Reconfiguración de las Políticas y Mercados Culturales en los Noventa y Siglo XXI en América Latina”, [en línea], Vol. 67, No. 197, pp. 639-659, s/ lugar, Revista Iberoamericana, octubre - diciembre 2001, Dirección URL: <https://revista-iberoamericana.pitt.edu/ojs/index.php/Iberoamericana/article/viewFile/5840/5985> [consultado el 16 de julio de 2019]

Plan productivo del FONART

1. Identificar a la población objetivo.
2. Elaborar el proyecto ejecutivo conjuntamente con una universidad.
3. Capacitación integral y asistencia técnica: los instructores serán docentes de la misma universidad.
4. Apoyos para la salud visual: entrega de apoyos y equipo que permita mejorar el bienestar físico del artesano en su trabajo.
5. Apoyos para impulsar la producción: otorgar materia prima o insumo necesario.
6. Concurso de arte popular.
7. Acopio de artesanías: compra del FONART el producto fruto de la capacitación de mejor calidad.

Por lo tanto, el FONART enfoca su trabajo administrativo, en un proceso de financiamiento económico. Sin embargo, de acuerdo al investigador mexicano, Francisco J. Sales Heredia, el Fondo deja de lado tres puntos clave para la industria artesanal de la nación. El primero, es que no considera ni integra a los artesanos como parte de la fuerza y estructura laboral de México, por ello, no cuentan con los derechos laborales que un trabajador nacional debe de tener, en este sentido, su calidad de vida, en la mayoría de los casos, puede ser calificada como precaria. El segundo, es que no existe un proyecto para impulsar a las artesanías dentro del mercado nacional, y el tercero, explica la falta de un plan que involucre a los artesanos en un proyecto de venta internacional, es decir; que no hay un programa real que incentive la mercantilización de las artesanías.²¹⁶

Aunado a ello, los apoyos económicos que se brindan no representan una verdadera subvención, ya que el monto es más bajo que el costo de los propios insumos de producción. Por último, no existen cifras exactas, debido a que las artesanías han sido sistemáticamente excluidas de los censos económicos.²¹⁷

²¹⁶ Cfr., Francisco J. Sales Heredia, *et. al.*, *Las artesanías en México, situación actual y retos*, México, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP), 2013, p. 33

²¹⁷ Cfr., *Ídem*.

Sobre la transformación de la cultura como herramienta económica del Estado, en el siglo XXI, George Yúdice reafirma a ésta como parte de la estrategia política de grupos con poder, tanto en el ámbito privado como en el público, para así asegurar la incentivación del crecimiento económico. Lo que Yúdice denomina como la “naturalización del protagonismo del espectáculo y la performatividad como vehículos del desarrollo económico y de la sociedad civil”²¹⁸, es el argumento que explica el inicio de una nueva etapa en materia de gestión cultural y mercantilización cultural. Yúdice argumenta que esta nueva dinámica, en la que se insertan creaciones y contenido cultural, deja de lado el protagonismo del Estado como el principal promotor cultural y les abre espacio a las colaboraciones del sector empresarial en materia de cultura.²¹⁹

En la actualidad, la creación de políticas económicas que se sustentan y que construyen su discurso a través de la cultura, se han vuelto prioridad para el Estado. Lo que Yúdice define como la transnacionalización y la neoliberalización de las industrias culturales.²²⁰ Ha influido en la forma en que se estructura uno de los sectores más fuertes en el mercado internacional. A su vez, Yúdice explica la inserción de la cultura en una economía supranacional, misma que requiere de una estructura legal y comercial bien definida, que incluye: “la uniformización de protocolos jurídicos, tecnologías, y formas administrativas; [...], y la acomodación al mercado transnacional que requiere la generación de diferencias locales que posibiliten la rentabilidad de contenidos allende las fronteras territoriales.”²²¹ Lo anterior diseña, para el Estado, una imagen mediática al exterior; entonces, la cultura resulta ser la pieza clave para las estrategias políticas estatales.

En el caso de México, la cultura se sustenta y se refugia bajo el discurso del multiculturalismo; dicha estructura se ve fortalecida y legitimada por organizaciones y

²¹⁸ George Yúdice, “La Reconfiguración de las Políticas y Mercados Culturales en los Noventa y Siglo XXI en América Latina”, [en línea], Vol. 67, No. 197, pp. 639-659, s/ lugar, Revista Iberoamericana, octubre-diciembre 2001, Dirección URL: <https://revista-iberoamericana.pitt.edu/ojs/index.php/Iberoamericana/article/viewFile/5840/5985> [consultado el 16 de julio de 2019]

²¹⁹ *Ídem.*

²²⁰ *Ídem.*

²²¹ *Ídem.*

organismos gubernamentales internacionales, idea que sostiene también Homi Bhabha.²²² De acuerdo con George Yúdice, estas acciones son las que terminan dotando a la cultura de una justificación instrumental para los fines del Estado. Al mismo tiempo, las nuevas formas de industrias culturales y creativas, son diseñadas bajo una lógica de acumulación de conocimiento y capital, por lo que, retomando la idea que se desarrolla a través de la economía del conocimiento, es por medio de la industria cultural que se forjan también centros de control que contribuyen al ensanchamiento de las brechas de desigualdad económica y social. La forma de operar de la industria cultural se ha convertido en una máquina de producción cultural, en donde los países con poderío económico y hegemonía política se han apropiado de la producción cultural en el mundo. Esto explica porqué el sector privado, representado por empresas, no invierte en centros de investigación sino en centros para maquilar en el extranjero.²²³

Sobre el proceso de mercantilización y legitimación de la economía del conocimiento, hay que señalar que nace a partir de la mezcla de un interés económico y se fortalece por medio de estructuras internacionales. La intervención de distintos organismos de carácter internacional formó parte del proceso de mercantilización artística de finales del siglo XX y principios del XXI. Un ejemplo claro fue la presencia y postura de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la cual pretendía transformar los procesos de elaboración de estos productos bajo una propuesta de manufacturación, argumentando a éste como el método adecuado para el impulso de la venta en masa de las artesanías, tanto a nivel local como global. Todo ello como parte de un plan para la “modernización” de la cultura como producto del mercado.²²⁴ Sin embargo, a pesar que la propuesta respondía a los intereses para la expansión del capital, la respuesta del gobierno mexicano permitió que la producción de éstas continuara siendo, en su mayoría, de forma manual, para que se lograra conservar su característica fundamental.

²²² Cfr., George Yúdice en Stuart Haul y Paul du Gay, *Cuestiones de indentidad cultural*, Argentina, Amorrortu editores, 1996, p. 97

²²³ *Ídem.*

²²⁴ Cfr., Norma Juliana Lazcano Arce, *et. al.*, *El trabajo artesanal, una estrategia de reproducción de los Mazahuas en la Ciudad de México*, [en línea], México, Instituto Nacional de las Mujeres, octubre de 2005, Dirección URL: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100425.pdf , [consultado el 18 de febrero de 2019]

Durante las décadas siguientes, el análisis sobre el trabajo de los artesanos se enfocó en el estudio de estadísticas e investigación de mercado. El papel del Estado en relación con las artesanías cambió, pues éste se transformó en el único eje rector para la administración, financiamiento y promoción de las mismas. Todo ello resolvía el principal interés de insertar el trabajo de comunidades originarias que han sido sistemáticamente excluidas y marginadas de la sociedad. Sobre ello, Norma Lazcano Arce, etnóloga e investigadora del Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES); explica a la institucionalización de los productos artesanales como parte de un proyecto puramente económico, en el que la satisfacción a las exigencias del comercio internacional era el principal objetivo.²²⁵ Así, comenzaron a surgir diversos programas y mecanismos institucionales a nivel nacional e internacional:

Desde el 2001 la Secretaría de Economía, en convenio con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y a través del Museo Nacional de Culturas Populares, llevan a cabo el Programa Nacional al Diseño Artesanal, en el que pretenden establecer escuelas que formen diseñadores artesanales. En ellas se busca aumentar la capacidad y recuperación de los conocimientos de la tradición, elevar la calidad de la artesanía mexicana para que pueda adecuarse a las exigencias del comercio internacional y reconocer el valor de los productos artesanales.²²⁶

Por ello, a la par del desarrollo y transformación del mercado del arte y la industria cultural en México, comenzaron a surgir ciertas problemáticas. De acuerdo a Lazcano Arce, en lo que respecta al ámbito de las artesanías, las principales dificultades se hayan en la administración del Estado, a pesar del rol y la influencia que éste tiene sobre la gestión de lo cultural y por ende de lo artístico, no se ha logrado estructurar por completo planes de acción socioeconómicos que impulsen la comercialización de este arte. Las políticas públicas se enfocan en el área económica, pero dejan de lado aspectos y bases sociales con las que se había fundamentado y justificado el proyecto de promoción cultural en el que se consideraba a las artesanías como parte fundamental de la historia y cultura nacional de México. Lazcano Arce explica que, a partir de la segunda década del siglo XX, el Estado ha tenido un interés

²²⁵ *Ídem.*

²²⁶ *Ibidem*, p. 21

particular por impulsar la producción artesanal y a su vez se ha construido la idea de artesanía como herramienta de legitimidad y signo de lo auténtico y típicamente mexicano.²²⁷

Asimismo, los retos de mercado a los que se enfrentan las artesanías incluyen la falta de promoción, difusión y subsidio económico para los artesanos, aunado del reto que representaban las nuevas y emergentes industrias culturales. De acuerdo a datos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), el comercio internacional de productos creativos (categoría en la que se incluye la comercialización de las artesanías), se ha convertido en una de las industrias con mayor rango de crecimiento, ya que en los primeros años del siglo XXI “el comercio mundial de productos creativos se duplicó con creces entre 2002 y 2011. La tasa media de crecimiento anual durante ese período fue del 8,8%.”²²⁸

Sin embargo, las cifras oficiales muestran que la mayor parte de la producción y exportación generada a partir de las industrias culturales, y en particular de las artesanías, es responsabilidad de las economías desarrolladas; lo que deja a países integrantes del Sur global, tal es el caso de México, como participantes, pero no protagonistas de la comercialización de estos productos artísticos. Esta lógica concuerda con la explicación sobre la estructura capitalista que se forma en torno a la configuración de la economía del conocimiento y demuestra también que el papel del Estado como promotor y administrador de la cultura no ha sido eficiente, ya que la exportación total de éstas, producida por los países en desarrollo, representa únicamente el 6.19% de las ganancias brutas comparándolas con aquellas obtenidas por los países desarrollados.²²⁹

A su vez, Throsby se refiere a la economía de la cultura como parte esencial de la estructura nacional en los países en “vías de desarrollo”. De acuerdo al autor, existe una relación entre

²²⁷ Cfr., Norma Juliana Lazcano Arce, *et. al.*, *El trabajo artesanal, una estrategia de reproducción de los mazahuas en la ciudad de México*, [en línea], México, Instituto Nacional de las Mujeres, octubre de 2005, Dirección URL:

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100425.pdf, [consultado el 18 de febrero de 2019]

²²⁸ UNCTAD, Comunicado de prensa, Según cifras de la UNCTAD, el comercio de productos creativos alcanzó un nuevo máximo en 2011, [en línea], Suiza, UNCTAD, 15 de mayo de 2013, Dirección URL:

<https://unctad.org/es/Paginas/Pressrelease.aspx?OriginalVersionID=129>, [consultado el 19 de febrero de 2019]

²²⁹ *Ídem.*

los métodos de producción y los tipos de productos que se generan en esos países, a partir de sus factores culturales.²³⁰ Por ello es que las considera como economías con gran potencial en el mercado cultural tanto a nivel nacional como internacional, ya que su diversidad lingüística, su aparato histórico y el conjunto de costumbres y tradiciones que las envuelve hacen de ellas una fuerte estructura sociocultural, que tiene gran potencial para crear procesos de comercialización que podrían resultar en mercados con grandes ventajas competitivas a nivel global.

Sin embargo, los llamados países en “vías de desarrollo” muestran un rezago participativo, en venta y producción a nivel internacional. En los datos oficiales de organismos como la UNCTAD, se evidencia el rol que estas economías tienen dentro del espacio del mercado internacional, en donde se demuestra que, a pesar del argumento presentado por Throsby sobre su gran capacidad y potencial para fomentar la fabricación de productos culturales y creativos, su presencia y trascendencia en el mercado global es escasa y limitada, ya que el mercado de la cultura y el arte responden a los intereses hegemónicos de grupos con capital y poder.

²³⁰ Cfr., David Throsby, *Economía y Cultura*, Madrid, España, Cambridge University Press, 2001, p. 143

Conclusiones

La cultura y el arte son núcleos políticos, son el espacio en el que convergen actores y se adhieren simbolismos sociales para desarrollar vínculos de poder y establecer estructuras jerarquizadas. Al igual que en cualquier medio sociopolítico existe, en los actores inmersos, un deseo de acumulación tanto de poder como de capital, por lo que todo lo que es fundido y extraído de dicho núcleo es creado bajo estructuras políticas y moldeado en intereses de poder.

La cultura trasciende sus formas literarias y artísticas para servir a los intereses de la élite, y no es en la contemporaneidad sino desde sus inicios que la cultura resulta ser un medio de legitimación para las acciones del Estado y de los individuos con poder, y sobre ella se han normalizado y aprobado las estructuras de desigualdad sobre las que se han cimentado los sistemas políticos a nivel internacional; cada movimiento sociocultural tiene *per se* una razón política. De esta forma, los mecanismos, estrategias y la posición hegemónica de los gobiernos y de los grupos que poseen la mayor cantidad de capital, se han vuelto una parte legítima y aceptada de la realidad internacional.

Dentro del sistema capitalista internacional, la cultura ha sido transformada en la herramienta de legitimación del Estado y se han creado a partir de ella políticas públicas y marcos legales que recaen sobre instituciones internacionales, que a su vez aprueban y protegen un sistema de desigualdad, porque tanto la cultura como el arte son clasistas y se sostienen en la lucha de clases que representa la realidad de los procesos políticos que se desarrollan dentro de cada periodo histórico.

Es decir que, la cultura y el mercado del arte, son espacios en donde se construyen redes de poder que son inapelables e impenetrables, ya que responden a las estructuras del sistema capitalista internacional. Por ello, la mercantilización de la cultura es producto del capitalismo y de las redes de poder de la élite. Sobre la economía del arte y el mercado del arte en México, hay que tener claro que, en este país, la desigualdad, la estratificación social, el racismo, la pobreza, la pigmentocracia y la distribución desigual del capital, son la realidad

social; son factores que han creado el medio propicio para sustentar y proteger la configuración de desigualdad que se forja a través de la cultura.

Sin embargo, aún cuando la fortaleza con la que el capitalismo absorbe y se apropia de los procesos sociales es la realidad dominante, existen sujetos políticos que pueden romper con las dinámicas capitalistas y que al mismo tiempo generan resistencia ante a las consecuencias del capitalismo avasallador. A pesar que el desarrollar una propuesta de resistencia frente al capitalismo cultural no es el objetivo de esta investigación, es importante dar voz y hacer presente la posibilidad de quebrar la estructura de desigualdad y clasismo que forja al capitalismo cultural en la sociedad internacional, a través de la experiencia de actores que construyen sus dinámicas fuera de la lógica neoliberal para luego establecer otro tipo de relaciones que no se enmarcan dentro del capitalismo.

Por lo tanto, el arte y la cultura son parte de la política, por lo que todo proceso histórico por el que México ha atravesado y sobre el que se configura su contemporaneidad, es reflejo del dominio de grupos con poder que han tomado y moldeado a la cultura, a las tradiciones y la historia de las comunidades en productos del capitalismo. Son precisamente las comunidades indígenas mexicanas las que han sido explotadas para el fortalecimiento y para el beneficio del sistema neoliberal.

Por ello, es importante destacar que el ejercicio aparente de la abstracción de la realidad indígena, es decir, el intento de comprensión realizado desde la élite sobre las comunidades para extraer productos mercantilizados, es parte de una estrategia de mercado y no existe la intención de impulsar programas que incentiven el mejoramiento de su calidad de vida. Por lo que el resultado de la intervención capitalista en la cultura y el arte indígena ha sido el ensanchamiento de la brecha de desigualdad, la pauperización del nivel de vida, y el fortalecimiento del racismo, clasismo y la pigmentocracia.

En la actualidad, la acumulación de capital cultural representa también las estructuras de poder sobre las que el neoliberalismo construye y sustenta su poderío, y tanto la cultura como el arte han sido transformadas en herramientas que fortalecen los monopolios y la

desigualdad por medio de la acumulación de conocimiento, por ello, la cultura y el arte son hoy parte esencial del sistema capitalista y de la estructura de poder sobre el que las naciones forjan sus relaciones.

En México, los programas e instituciones que buscan patrocinar el arte indígena para introducirlo en el mercado, son prueba del interés del Estado por hacer rentable y funcional la desigualdad y en lugar de erradicarla buscan fortalecerla, porque encuentran en la pobreza un producto que puede ser mercantilizado. Lo cierto es que las comunidades indígenas no son realmente beneficiadas, porque los programas no logran cubrir ni el 10% del total de la población artesanal en México y porque la brecha de desigualdad, el nivel pobreza y el conjunto de carencias que forman la vida y la realidad de estas comunidades los obliga a utilizar todo escaso recurso proveniente del gobierno para cubrir sus necesidades básicas cotidianas.

Lo que existe en México es la romantización de la pobreza y la desigualdad a través de la folklorización. Las políticas públicas y los programas e instituciones patrocinados por el Estado son sólo el ideal institucional, pero no la realidad. La economía del arte en México es indígena y debe dejar de ser utilizada como un discurso político. Por ello, para que los mecanismos públicos que subvencionan el arte indígena funcionen, primero se debe reconocer en el discurso el nivel de pobreza, de desigualdad, inseguridad y todas las carencias que conforman la vida de las comunidades y trabajar sobre ellas.

México no ha afrontado la realidad y la complejidad que forjan y que constituyen el mercado del arte indígena, porque afrontarlo conlleva la aceptación multidimensional que conforma el problema, aceptar que es social, económico y político y yace allí el fracaso del gobierno.

Finalmente, y con base en el desarrollo de esta investigación, se confirmó que, la economía del arte es una construcción simbólica de las clases, que se forma a través de redes de poder y funge como herramienta del capitalismo, y, por lo tanto, es también una manera hegemónica de generar capital y así fortalecer la desigualdad.

Debido a la complejidad que implica estudiar a la economía del arte como parte del análisis de la sociedad, es de suma importancia que los internacionalistas y los científicos sociales comiencen su inmersión en el tema. La desigualdad, la pobreza, el clasismo, la hegemonía en las industrias culturales y la economía de la cultura son temas en los que los científicos sociales deben inmiscuirse, para generar nuevas perspectivas, planteamientos y enfoques, que cuestionen las estructuras y estudios impuestos.

Fuentes de consulta:

Bibliografía:

- Bhabha, Homi K., en Stuart Hall y Paul du Gay, *Cuestiones de identidad cultural*, Argentina, Amorrortu editores, 1996, pp. 281
- Bourdieu, Pierre, *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo, 1990, pp. 228.
- Bourdieu, Pierre, *El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura*, Argentina, Siglo XXI editores, 2010, s/ edición, pp. 281
- Burke, Jill, *Changing Patrons, Social Identity and The Visual Arts in Renaissance Florence*, 1971, The Pennsylvania State University, pp. 275.
- Deshmuck, Marion F., *Visual Arts and Cultural Migration in the 1930s and 1940s: A literature Review*, Conference Group for Central European History of the American Historical Association, Estados Unidos, 2008, pp. 571
- Doerer, James and Nisbett, Melissa, *The Art of Softpower, A study of Cultural Diplomacy at the UN office in Geneva*, King's College London, United Kingdom, 2017, pp. 40
- Estrada, Rodríguez, Gerardo, et. al., *Los Grandes Problemas de México*, Apuntes para una Cultura de la Historia Mexicana del Siglo XX, México, El Colegio de México, 2010 primera edición, pp. 483
- Velásquez, García, Erik, et. al., *Nueva Historia General de México*, Ciudad de México, México, Colegio de México (COLMEX), 2014, pp. 815
- Frey, Bruno, *La Economía del Arte*, La Caixa, Estados Unidos, 2000, pp. 277
- García, Canclini Néstor, et. al., *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1990, pp. 205
- Gibson, Johana en Christoph Beat Graber, *Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions in a Digital Environment*, Gran Bretaña, Edward Elgar Publishing, Inc., 2008, pp. 315
- Gramsci, Antonio, *Cuadernos de la Carcel*, Edición crítica del Instituto Gramsci, México, Editoriales Era, 1981, pp. 452
- Hadjinicolaou, Nicos, *Historia del arte y lucha de clases*, México, Siglo XX editores, 1973, pp. 240
- Hobsbawm, Eric, *Historia del siglo XX*, Argentina, Crítica Grijalbo Mandori Buenos Aires, 1998, pp. 597
- Horkheimer, Max y Adorno Theodor, *Dialéctica de la ilustración, s/lugar*, Simanca ediciones 1994, pp. 302
- Fredric, Jameson, *El giro cultural, escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983 – 1998*, Argentina, Manantial 1999, pp. 249
- Novelo, Victoria, *Artesanías y capitalismo en México*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México, 1976, pp. 270.
- Richmond, Yale, *Cultural Exchange and the Cold War: How the Arts Influenced Policy*, The Journal of Arts Management, 2005, pp. 240.
- Peraza, Miguel e Iturbe, Miguel, *El arte del mercado del arte*, México, Maporrúa, 2015, pp. 146
- Piedras, Ernesto, *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2004, pp. 221
- Savran, David, *The Search for America's soul: Theatre in the Jazz Age*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore Maryland, Estados Unidos, Octubre, 2006, pp. 459
- Shinner Larry, *La invención del arte*, México, Paidós, 2014, pp. 445

- Tapia Uribe, Medardo, *Mujer campesina y apropiación cultural*, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Cuernavaca, Morelos, México, 1994, pp. 146
- Throsby, David, *Economía de la cultura*, Cambridge University Press, Nueva York, Estados Unidos, 2001, pp. 223
- Walter, Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Ciudad de México, México, Itaca, 2003, pp. 113
- Kandinsky, Wassily, *Sobre lo espiritual en el arte*, Ciudad de México, México, Colofón, 2017, pp.
- Wu Chin- Tao, *Privatizar la cultura*, Madrid, España, Akal, 2007, pp. 545

Cibergrafía:

- Alfaro Siqueiros, David, el primer vocal, Diego Rivera; el segundo vocal Xavier Guerrero, Fermín Revueltas, José Clemente Orozco, Ramón Alva Guadarrama, Germán Cueto y Carlos Mérida, *Discurso por el proletariado del mundo*, [en línea], Secretaría de Relaciones Exteriores de México, Dirección General de Acervo Histórico Diplomático, Dirección URL: https://acervo.sre.gob.mx/images/libros/cultura/5_artes_plasticas.pdf, [consultado el 10 de septiembre de 2018]
- Althusser Louise, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Freud y Lacan*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1976, citado en Graciela Inda, [en línea], Dirección URL: <http://www.scielo.org.mx/pdf/espinal/v23n67/1665-0565-espinal-23-67-00009.pdf> , [consultado el 20 de marzo de 2019]
- Benítez Aranda Surnai, “La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo”, [en línea], México, UNESCO, Revista de cultura y desarrollo, s/año, s/núm., p.6, Dirección URL: http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_6.pdf , [consultado el 16 de febrero de 2019]
- Bourdieu Pierre, “Los tres estados del capital cultural”, [en línea], México, UAM, Revista del Departamento de Sociología, no. 5, vol. 2, 1987, pp. 1-6, Dirección URL: <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/lostresestadodelcc.pdf>, [consultado el 19 de abril de 2019]
- Brenes-Tencio Guillermo A., “Imágenes para la construcción de la nación en México a mediados del siglo XIX e inicios del siglo XX”, [en línea], vol. 23, pp. 30, s/ Lugar, Revista Herencia, 03, 2010, Dirección URL: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/herencia/article/download/10344/9733/> [consultado el 4 de mayo de 2019]
- Cortés P. Jaime, “Arte y poder”, [en línea], s/ vol., no. 6, p. 111, Cuenca, Ecuador, Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal, 2009, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441846107006>, [consultado el 25 de septiembre de 2018]
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Ficha de Monitoreo: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2017 Dirección URL:

https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/FMyE_2016_2017/FMyE_20_S057.pdf , [consultado el 14 de julio de 2019]

- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo, *Informe de Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015: Programas del Fondo Nacional para las Artesanías*, [en línea], CONEVAL, 2015 Dirección URL: https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/Documents/EVALUACIONES/EED_2014_2015/SED ESOL/S057_FONART/S057_FONART_IC.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México, [en línea], México, INEGI, 2012, Dirección URL: [http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/Encuesta Nacional de Consumo Cultural de Mexico 2012.pdf](http://convenioandresbello.org/cuenta_satelite/documentos/Encuesta_Nacional_de_Consumo_Cultural_de_Mexico_2012.pdf), [consultado el 10 de mayo de 2019]
- Consulado General de México en Atlanta, *El Muralismo*, [en línea], Dirección URL: <https://consulmex.sre.gob.mx/atlanta/index.php/component/content/article/22-asuntos-comunitarios/299-movimiento-muralista-mexicano>, [consultado el 10 de septiembre de 2018]
- Flores María Victoria, “La Globalización como Fenómeno Político, Económico y Social”, [en línea], vol. 12 , núm. 34, pp. 26- 41, Maracaibo, Venezuela, 2016, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/709/70946593002.pdf>, [consultado el 15 de octubre de 2018].
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, (FONART), Ejercicio Fiscal 2018, México, Secretaría de Desarrollo Social, FONART, 2018, Dirección URL: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/290676/FONART.pdf> , [consultado el 22 de febrero de 2019]
- Gallegos Carlos, “Pensamiento y acción política de José Vasconcelos”, [en línea], Vol. 37, No. 149, p.138, México, s/editor, 1992, Dirección URL: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/51078>, [consultado el 5 de diciembre de 2018]
- García Canclini Néstor, *El consumo cultural: una propuesta teórica*, [en línea], 47 pp., s/editorial, s/año, Dirección URL: <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf> , [consultado el 16 de febrero de 2019]
- García Canclini Néstor, *De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular*, [en línea], s/lugar, s/ editorial, s/fecha de edición, Dirección URL: https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini_-_de_que_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf , [consultado el 18 de febrero de 2019]
- García Canclini Néstor, *La cultura de México: avances de la investigación, políticas postergadas*, [en línea], p. 8, s/ugar, Universidad Autónoma de México, UAM, Dirección URL: http://www.difusioncultural.uam.mx/casadeltiempo/82_nov_2005/casa_del_tiempo_num82_17_24.pdf p. 18, [consultado el 5 de mayo de 2019]

- González Chiaramonte Claudio, *The Evolution of U. S. Cultural Diplomacy in the Cold War*, [en línea], Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, 28 enero/abril de 2017, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/html/4337/433747604003/>, [consultado el 4 de septiembre de 2018]
- Gutiérrez Canales Giovanni, “Sobre el concepto de mimesis en la antigua Grecia” ,[en línea], s/volumen, s/número, Chile, Revista Scielo, 2016, Dirección URL:<https://scielo.conicyt.cl/pdf/byzantion/n35/art05.pdf>, [consultado el 2 de diciembre de 2018]
- Inda Graciela, *La cuestión del Estado/Luchas populares en Louise Althusser (1976-1978)*, [en línea], Argentina, Espiral, estudios sobre Estado y Sociedad, 2016, Dirección URL: <http://www.scielo.org.mx/pdf/espiral/v23n67/1665-0565-espiral-23-67-00009.pdf>, [consultado el 23 de marzo de 2019]
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Cuenta Satélite de la cultura en México 2017*, [en línea], México, INEGI, 14 de noviembre de 2018, Dirección URL: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf , [consultado el 20 de febrero de 2019]
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística, *Cuenta Satélite de la cultura en México 2013*, [en línea], México, INEGI, 2013, Dirección URL: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bviniegi/productos/nueva_estruc/702825074241.pdf, [consultado el 11 de mayo de 2019]
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Artesanos y Artesanías, una perspectiva económica”, [en línea], INEGI, 2018, Dirección URL: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/330994/ARTESANOS_Y_ARTESANIAS_UNA_PERSPECTIVA_ECONOMICA.pdf, [consultado el 16 de julio de 2019]
- Kramer Hilton, *Critic’s Notebook; When New York Became The Modern-Art Capital*, [en línea],New York, Esatado Unidos, The New York Times, Dirección URL: <https://www.nytimes.com/1981/10/08/books/critic-s-notebook-when-new-york-became-the-modern-art-capital.html>, [consultado el 28 de agosto de 2018]
- Lazcano Arce Norma Juliana, *et. al., El trabajo artesanal, una estrategia de reproducción de los mazahuas en la ciudad de México*, [en línea], México, Instituto Nacional de las Mujeres, octubre de 2005, Dirección URL. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100425.pdf , [consultado el 18 de febrero de 2019]
- L. Gomes Christiann, *La Economía Creativa y las Industrias Culturales Creativas*, [en línea], p.14, Barcelona, España, XV Coloquio Internacional de Geocrítica, Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista, Dirección URL:<http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>, [consultado el 5 de noviembre de 2018]
- Martínez Eduardo, *Políticas Culturales: estudios y documentos. La política cultural de México*, [en línea] Francia, UNESCO, 1977, p. 27, Dirección URL: https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?id=p::usmarcdef_0000037076&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_0a156770-7759-4213-

aa3e-
e3bc64801fe5%3F%3D037076spao.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000037076/PDF/037076spao.pdf - page=19&zoom=auto,-312,771 , [consultado el 14 de febrero de 2019]

- Martínez García José Saturnino, “El Habitus, una revisión analítica”, [en línea], España, Revista Internacional de Sociología, s/ núm. Vol. 75, 2016, pp. 2-13. Dirección URL: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/viewFile/680/870>, [consultado el 18 de abril de 2019]
- Mateos Jimena, *El turismo en México*, [en línea], la ruta institucional, Patrimonio Cultural y Turismo, Cuadernos, Dirección URL: <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo2.pdf>, [consultado el 12 de septiembre de 2018]
- S/ autor, *Consolidación General del Mercado del Arte*, [en línea], s/ num. pag., s/ lugar, Art Price, s/ fecha, Dirección URL: <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-en-2016/consolidacion-general-del-mercado-del-arte?from=search>, [consultado el 6 de noviembre de 2018]
- McGill Douglas C., “Japanese Investors spur higher prices in US art market”, [en línea], Estados Unidos, The New York Times, 10 dic 1968, Dirección URL: <https://www.nytimes.com/1986/12/10/arts/japanese-investors-spur-higher-prices-in-us-art-market.html>, [consultado el 1 de septiembre de 2019]
- Monsivaís Carlos, 1968-1978: Notas sobre la cultura y la sociedad en México, [en línea], s/Vol., No. 17, pp. 44-58, México, Editorial Era, julio-septiembre 1978, Dirección URL: https://www.ses.unam.mx/docencia/2012II/Monsivais_NotasSobreLaCultura.pdf, [consultado el 12 de julio de 2019]
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *La propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional*, [en línea], WIPO, 2016, Dirección URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf, [consultado el 20 de julio de 2019]
- Sánchez Carlos y Ríos Humberto, “La Economía del Conocimiento como base del crecimiento económico de México”, [en línea], Vol. 8, No. 2, pp. 43-60, Venezuela, Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 2 mayo - agosto 2011, Dirección URL: <https://www.redalyc.org/pdf/823/82319126004.pdf>, [consultado el 21 de julio de 2018].
- S/autor, *Comercialización y exportación de artesanías*, [en línea], Fondo Nacional de Apoyo para las empresas de Solidaridad, Dirección URL: http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/guia_empresarial/comercializacion_de_artesantias.pdf, [consultado el 11 septiembre de 2018]
- S/autor, *Historia de las Naciones Unidas*, [en línea], s/lugar, Organización de las Naciones Unidas, s/fecha de edición, Dirección URL: <http://www.un.org/es/sections/history/history-united-nations/>, [consultado el 13 de febrero de 2019]

- S/autor, *Historia de la UNESCO*, [en línea], México, Oficina de la UNESCO en México, 2017, Dirección URL: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/unesco-in-mexico/history/>, [consultado el 13 de febrero de 2019]
- S/autor, *UNESCO*, [en línea], Venezuela, Universidad Central de Venezuela, 2017, Dirección URL: <http://www.ucv.ve/organizacion/rectorado/direcciones/consejo-de-preservacion-y-desarrollo-copred/patrimonio-al-dia/unesco.html>, [consultado el 13 de febrero de 2019]
- S/autor, *Misión Permanente de México ante la UNESCO*, [en línea], México, Secretaría de Relaciones Exteriores, 2019, Dirección URL: <https://mision.sre.gob.mx/unesco/index.php/grandes-programas-de-la-unesco/cultura>, [consultado el 13 de febrero de 2019]
- Pájaro M. Carlos Julio, “Poiesis y Poesía de Homero y los Sofistas”, [en línea], s/vol., No.2, p. 32, Barranquilla Colombia, Eidos: Revista de Filosofía de la Universidad del Norte, 2 agosto del 2004, Dirección URL: <https://www.redalyc.org/pdf/854/85400201.pdf>, [consultado el 2 de diciembre de 2018]
- Rey Germá, *Cultura y Desarrollo, Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*, [en línea], p. 146, Madrid, España, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Dirección de Relaciones Culturales y Científicas, s/ fecha, Dirección URL: http://www.lacult.unesco.org/docc/2009_Ind_Cult_CreativyDes_AECID.pdf, [consultado el 4 de noviembre de 2018]
- Unzueta Sara Esteban, *El Mercado del Arte*, [en línea], s/ vol., número 2747, p. 43, Madrid, España, Boletín Económico ICE, del 11 al 17 de noviembre de 2002, Dirección URL: http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2747_35-43_DCD7F19FD425A2733746BDC8705E9768.pdf, [consultado el 17 octubre de 2018.]
- Towse Ruth, “Alan Peacock and Cultural Economics”, [en línea], *The Economic Journal*, Vol. 115, No. 504, p. 64., s/ lugar, junio 2009, Dirección URL : <http://www.jstor.org/stable/3590441>, [consulta el 25 de septiembre de 2018]
- Towse Ruth, “Cultural economics copyright and the cultural industries”, Penn State College of Information Sciences and Technology, [en línea], s/lugar, 2000, Dirección URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=DA727B24871535B058D2629EDF9FAE63?doi=10.1.1.113.9306&rep=rep1&type=pdf>, [consultado el 29 de marzo de 2019]
- UNESCO, *Artesanía y Diseño*, [en línea], Santiago, Chile, Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe, Dirección URL: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>, [consultado el 12 de noviembre de 2018]
- UNESCO, *Informe Sobre la Economía creativa 2013*, [en línea], Nueva York, Estados Unidos, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2013, Dirección URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>, [consultado el 11 de noviembre de 2018]

- UNCTAD, Comunicado de prensa, Según cifras de la UNCTAD, el comercio de productos creativos alcanzó un nuevo máximo en 2011, [en línea], Suiza, UNCTAD, 15 de mayo de 2013, Dirección URL: <https://unctad.org/es/Paginas/Pressrelease.aspx?OriginalVersionID=129>, [consultado el 19 de febrero de 2019]
- UNESCO, *Informe sobre la Economía Creativa 2013 Edición Especial*, [en línea], p. 190, Nueva York, Estados Unidos, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2014, Dirección URL: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>, [consultado el 5 de noviembre de 2018]
- Vázquez Soriano Mario Armando, *La construcción de la nación en Hispanoamérica*, [en línea], p. 446, México, Universidad Nacional de México, Dirección URL: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/8/3540/20.pdf>, [consultado el 3 de mayo de 2019]
- Velthuis Olav, “Globalization Of The Art Market”, [en línea], s/ num. pag., s/ lugar, Oxford University Press, 26 de febrero de 2015, Dirección URL: <http://www.oxfordartonline.com/groveart/view/10.1093/gao/9781884446054.001.0001/oa-o-9781884446054-e-7002274637>, [consultado el 4 noviembre].
- Yáñez Reyes Sergio, “El Instituto Nacional de Antropología e Historia”, [en línea], vol. 13, núm. 38, pp. 47-72, México, Revista Cuicuilco, septiembre – diciembre 2006, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/pdf/351/35103804.pdf>, [consultado el 6 de mayo de 2019]
- Yúdice George, “La Reconfiguración de políticas culturales y mercados culturales en los noventa y el siglo XXI en América Latina”, [en línea], vol. 67, no. 197, pp. 20, s/ lugar, Revista Iberoamericana, octubre – diciembre 2001, Dirección URL: <https://revista-iberoamericana.pitt.edu/ojs/index.php/Iberoamericana/article/viewFile/5840/5985>, [consultado el 27 de julio de 2019]