



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE ECONOMÍA

“ARTE DIGITAL EN MÉXICO: DINÁMICAS DE
PRODUCCIÓN Y CONSUMO A PARTIR DE LOS
ARTISTAS”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR(A) EN ECONOMÍA POLÍTICA DEL DESARROLLO

PRESENTA:

Mtra. María Andrea López Toache

COMITÉ TUTORIAL:

* DR. JUAN REYES ÁLVAREZ
(DIRECTOR DE TESIS)

* DR. GERMÁN SÁNCHEZ DAZA

* DRA. MIRIAM LUZÁN CERVANTES

PUEBLA, PUE. DICIEMBRE 2025

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero reconocimiento al programa de Becas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), actualmente Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI), por la invaluable contribución económica que me fue otorgada durante los cuatro años de mis estudios de doctorado. Este apoyo fue el pilar fundamental que hizo posible la realización de este proyecto.

A la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, a la Facultad de Economía y, de manera muy especial, al Centro de Estudios de Desarrollo Económico y Social (CEDES), les extiendo mi profundo agradecimiento por brindarme un espacio académico de excelencia, que fue el entorno idóneo para mi formación e investigación.

De igual forma, deseo agradecer al Comité Académico del Doctorado por las facilidades otorgadas, en particular por la dispensa de las cuotas de reinscripción durante el periodo crítico de la pandemia por SARS-CoV-2, así como por el apoyo financiero que permitió mi participación con la ponencia “Determinantes y elementos constitutivos del mercado del arte NFT” en el XV Congreso Nacional de la Red de Investigación en Docencia e Innovación Tecnológica, llevada a cabo del 25 al 27 de octubre del 2023 en Ensenado, Baja California.

Mi gratitud más profunda es para el Dr. Juan Reyes, director de esta tesis. Su experta guía a lo largo de todo el proyecto fue indispensable. Su vasto conocimiento, su infinita paciencia y sus acertadas orientaciones sentaron las bases metodológicas y conceptuales de este trabajo. Su confianza y aliento en los momentos más cruciales fueron el impulso que me permitió perseverar y concluir esta investigación.

A la Dra. Miriam y al Dr. Germán, integrantes del comité tutorial, les agradezco sus valiosas aportaciones y su minuciosa revisión del presente trabajo. Sus perspicaces observaciones,

que señalaron tanto los aciertos como los errores, enriquecieron sustancialmente el rigor y la claridad de esta investigación.

A todos los profesores con los que tuve el privilegio de tomar clases a lo largo del programa de doctorado, les expreso mi agradecimiento. Sus enseñanzas, sus perspectivas críticas y sus enfoques disciplinares diversos ampliaron mi horizonte intelectual y aportaron una solidez fundamental al desarrollo de mi trabajo de investigación. Finalmente, deseo dedicar un agradecimiento muy especial a mi familia y amigos, que me acompañaron a lo largo de este proyecto de investigación.

RESUMEN

Esta tesis doctoral explora el panorama evolutivo del arte digital en México, analizando su producción, consumo y dinámicas de mercado dentro de un marco de economía política. Se examina cómo los avances tecnológicos y las fuerzas del mercado global se cruzan con los contextos culturales locales, dando forma a las prácticas creativas de los artistas digitales mexicanos, planteando las siguientes preguntas clave: ¿Cómo influyen la oferta y la demanda del arte digital en México en la estructura de su circulación, apropiación y posicionamiento en el mercado artístico? ¿Cómo afectan las relaciones de poder y los factores económicos en el mercado del arte digital los patrones de consumo y la percepción del valor desde una perspectiva de economía política? ¿Cómo se configuran las prácticas profesionales de los artistas digitales en el ecosistema cultural contemporáneo, y qué tensiones entre la autonomía creativa y la mercantilización se revelan en sus narrativas? A través de un enfoque cualitativo que combina la revisión bibliográfica con entrevistas semiestructuradas a siete actores clave en la escena del arte digital mexicano, se analizan las dimensiones económicas, políticas y culturales del arte digital, explorando la interrelación entre las tendencias globales y el contexto específico de México. Los hallazgos clave argumentan que el arte digital en México existe en una tensión entre su potencial de democratización y las estructuras propias del mercado capitalista.

En consecuencia, la creatividad de los artistas se ve crecientemente mercantilizada, y la promoción a través de plataformas en línea como los NFT tiende a beneficiar solo a ciertos grupos. En conclusión, el arte digital en México exhibe una compleja interacción entre innovación tecnológica, fuerzas económicas e identidad cultural. Para ello, es imperativo avanzar hacia un ecosistema más equitativo y sostenible que valore la autonomía creativa y fomente un compromiso crítico con la tecnología.

ABSTRACT

This doctoral thesis explores the evolving landscape of digital art in Mexico, analyzing its production, consumption, and market dynamics within a political economy framework. It examines how technological advancements and global market forces intersect with local cultural contexts, shaping the creative practices of Mexican digital artists. The research addresses key questions: How do the supply and demand dynamics of digital art in Mexico influence the structure of its circulation, appropriation, and positioning within the artistic market? How do power relations and economic factors in the digital art market affect consumption patterns and the perception of value from a political economy perspective? How are the professional practices of digital artists configured in the contemporary cultural ecosystem, and what tensions between creative autonomy and commodification are revealed in their narratives? Through a qualitative approach combining literature review with semi-structured interviews with seven key stakeholders in the Mexican digital art scene, the economic, political, and cultural dimensions of digital art are analyzed, exploring the interplay between global trends and the specific context of Mexico. The key findings argue that digital art in Mexico exists in a tension between its potential for democratization and the ingrained structures of the capitalist market.

Consequently, artists' creativity is increasingly commodified, and promotion through online platforms such as NFTs tends to benefit only certain groups. In conclusion, digital art in Mexico exhibits a complex interplay between technological innovation, economic forces, and cultural identity. Therefore, it is imperative to move towards a more equitable and sustainable ecosystem that values creative autonomy and fosters a critical engagement with technology.

ÍNDICE

RESUMEN.....	IV
ABSTRACT	V
INTRODUCCIÓN.....	1
GÉNESIS Y FUNDAMENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	2
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
OBJETIVOS.....	9
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: EXPLORANDO LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO.....	26
CAPÍTULO 1: FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y DINÁMICAS DEL MERCADO DEL ARTE CONVENCIONAL Y DIGITAL	30
1.1 HISTORIA DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE CONVENCIONAL Y DIGITAL	30
1.1.1 Evolución histórica del mercado del arte: del convencional al digital.....	30
1.1.2 Coyunturas económicas y políticas: su incidencia en la evolución global del arte digital	41
1.1.3 Del arte digital al arte <i>post-internet</i> : evolución conceptual.....	47
1.2 CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE DIGITAL.....	51
1.2.1 Componentes constitutivos del mercado del arte convencional vs digital	51
1.2.2 Mercado del arte a través del <i>NFT</i> : determinantes y estructuras en “Fantasmones siniestros”.....	62
1.2.3 Factores distintivos del mercado del arte en México: convencional vs. digital	67
CAPÍTULO 2. PRODUCCIÓN Y CONSUMO DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO.....	75
2.1 EL ARTE DIGITAL EN EL CONTEXTO MEXICANO.....	75
2.1.1 Valor de uso, valor de cambio en las piezas artísticas digitales	75
2.1.2 Utilidad y precio aplicado en el arte digital de la pieza artística “ <i>MINT</i> : Colección Chiles en Nogada 2022”	80
2.1.3 Dinámicas de oferta y demanda en el arte digital.....	83
2.2 CONSUMO DEL ARTE DIGITAL Y SUS IMPLICACIONES	85
2.2.1 Tendencias globales en la economía: inversión, criptomonedas y especulación.....	86
2.2.2 El arte digital como satisfactor de necesidades en el desarrollo humano	90
2.2.3 Subsunción real del consumo del arte digital en el capitalismo cultural	99
CAPÍTULO 3. ESTRUCTURAS E INSTITUCIONES DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO	106
3.1. ESTRUCTURAS Y CONFIGURACIONES DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO	110

3.1.1 Diferencia entre museo, galería, festivales y bienales	110
3.1.2 Museos del sector privado	111
3.1.3 Museos del sector público.....	116
3.1.4 Galerías virtuales de arte digital.....	120
3.1.5 Festivales de Arte Digital.....	122
3.1.6 Instituciones de patrocinio de arte	124
3.2 El coleccionismo de arte en México	126
3.2.1 El comercio del arte en nuestro país.....	137
3.2.2 El coleccionismo de arte digital.....	139
CAPÍTULO 4. EL ARTE DIGITAL DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS ARTISTAS	143
4.1 EL ARTE DIGITAL Y SU CONFIGURACIÓN DESDE LA VOZ DE SUS CREADORES	144
4.1.1 Perfil del artista digital en México	145
4.1.2 Expresión artística del arte digital en México	146
4.1.3 Precio de la pieza artística digital y reconocimiento del artista digital.	148
4.1.4 Exposición y consumo entre el público y el artista	153
4.1.5 Percepción sobre el arte digital.....	156
4.2. ANÁLISIS CRÍTICO Y PERSPECTIVAS FUTURAS	158
4.2.1 Sesgo de participación de las mujeres en las escuelas de artes visuales.....	158
4.2.2 Flexibilización laboral y precarización del artista digital	159
4.2.3 Inequidad presupuestaria y el desafío de financiamiento a la cultura en México	162
4.2.4 Perspectivas futuras.....	164
CONCLUSIONES	167
BIBLIOGRAFÍA.....	171
REFERENCIAS DE SITIOS EN LÍNEA.....	177
ANEXOS.....	179
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	182

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Matriz de la taxonomía de las necesidades humanas para el desarrollo	89
--	----

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1.1. Pieza artística digital que lleva por título: “ <i>A smartphone eternally trapped in a bowl of fruitloops</i> ” de Alonso Cedillo	57
--	----

Imagen 1.2. Pieza artística digital que lleva por título: “ <i>iPhone reacondicionados</i> de Alonso Cedillo”	58
--	----

Imagen 2.1. Pieza artística digital que lleva por título: “Chiles en Nogada” del artista Antonio Álvarez Morán	76
---	----

Imagen 3.1. Colecciones más rentables de NFT a nivel global. Nota. Imágenes obtenidas de los sitios webs de las respectivas colecciones: <i>Cryptopunk, Bored Apple Yacht Club y CryptoKitties</i>	131
---	-----

131

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1.1. Actores, medios y plataformas del mercado del arte convencional y digital	64 -66
---	--------

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1. Volumen de transacciones de NFT	95
---	----

Gráfico 3.1. Número de museos privados de cada una de entidades federativas de la República Mexicana	107
---	-----

Gráfico 3.2 Número de museos públicos de cada una de entidades federativas de la República Mexicana	110
--	-----

Gráfico 3.4. Mapa de México de los principales estados de la República Mexicana que poseen unidades económicas dedicadas al “Comercio al por menor de arte y antigüedades” Año 2018	130
--	-----

130

INTRODUCCIÓN

GÉNESIS Y FUNDAMENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para contextualizar el surgimiento de esta investigación en el marco del doctorado en Economía Política del Desarrollo en la BUAP, resulta pertinente reflexionar sobre la trayectoria académica y profesional de la autora, la cual se encuentra enraizada tanto en las artes visuales como en el análisis crítico de las estructuras económicas que atraviesan el campo cultural. Para generar este contexto, la autora da una breve reseña de sus actividades académicas:

Nací en Acapulco, Guerrero, donde viví hasta los 18 años. Al concluir la preparatoria, me mudé a la Ciudad de México para estudiar la licenciatura en Diseño y Comunicación Visual en la UNAM. Durante el último año de la carrera, me especialicé en diseño audiovisual y multimedia, centrándome en la creación de contenidos para plataformas digitales. Tras graduarme, inicié mi carrera profesional aplicando estos conocimientos en el desarrollo de sitios web, la edición de video y la gestión de redes sociales.

Posteriormente, realicé estudios de maestría en Artes Visuales en la Academia de San Carlos de la UNAM, donde abordé el arte desde una perspectiva crítica y conceptual, profundizando en su relación con las transformaciones socioculturales contemporáneas. Durante este período, también trabajé en la *Affordable Art Fair* en la Ciudad de México, lo que me permitió involucrarme de manera directa con el mercado del arte contemporáneo y sus dinámicas comerciales.

Más tarde, me trasladé a Pachuca, Hidalgo, para desempeñarme como docente a nivel superior en la carrera de Artes Visuales de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. En este contexto, integré mis conocimientos en diseño audiovisual y multimedia con las Artes Visuales, impartiendo materias como “Computación e Informática Aplicadas a las Artes Visuales”. Esta experiencia docente me permitió observar de cerca las inquietudes y desafíos de los estudiantes respecto a su inserción en el campo profesional y las limitaciones para comprender las dinámicas del mercado del arte.

Fue precisamente esta falta de conocimiento en torno a las condiciones económicas y laborales del ámbito artístico lo que consolidó el interés por investigar las intersecciones entre economía y arte. La experiencia profesional y académica es la que llevó a cuestionar los parámetros económicos que estructuran el mercado del arte, las desigualdades inherentes en su funcionamiento, así como las oportunidades y desafíos que enfrentan los actores involucrados, particularmente en las Artes Visuales. Este enfoque constituye la base de esta investigación.

MARCO CONTEXTUAL

La investigación que se plasma en este trabajo se centró en el arte digital actual en México. Este tipo de arte tiene sus primeras manifestaciones entre 1970 y 1990, cuando el auge de las empresas tecnológicas y la creciente conectividad global transformaron el intercambio cultural y artístico.

Es a partir de 1990, con la expansión global del uso de internet, que se permitió a los artistas experimentar con medios digitales, facilitando la modificación, reproducción y distribución de obras con gran rapidez y a bajo costo. Este cambio transformó radicalmente el acceso y la percepción del arte, ya que las piezas, ahora digitalizadas, dejaron de limitarse a su exhibición en espacios especializados de arte digital. Anteriormente, el público asistía exclusivamente a museos y galerías de arte físico con el auge de galerías virtuales y *marketplaces*¹ (vg); es decir, la digitalización, despojo de aura² de unicidad que aún las distinguía.

Esta investigación adoptó metodologías cualitativas, en donde se analizó las dinámicas de consumo, valoración y la configuración del mercado del arte digital en México. A través de una revisión bibliográfica —centrada en las dimensiones económicas y políticas del arte digital— y la realización de 7 entrevistas semiestructuradas a actores clave del sector: Eduardo

¹ Los *marketplaces* son plataformas en línea diseñadas para la compra, venta e intercambio de obras digitales. Funcionan como intermediarios entre artistas y compradores, ofreciendo un espacio donde los artistas pueden exponer sus piezas, y los interesados pueden adquirirlas de manera directa y en un entorno global.

² El aura es "una trama particular de espacio y tiempo: la aparición irrepetible de una lejanía, por cerca que esta pueda hallarse". Se caracteriza por ciertas particularidades: presencia física (la experiencia única frente al original); distancia irreductible (aunque la obra esté físicamente cerca, su significado histórico y simbólico la mantiene "lejana"); intercambio perceptual (como una mirada recíproca entre el observador y la obra). Benjamin, W. (1936)

Medina Salazar (alias: “Esstro9”), Canek Zapata Paniagua, Natalia Marmolejo (alias: “Gurumata”), Alonso Cedillo, Arcangel Constantini. Además de estas entrevistas, se realizaron dos entrevistas más, una a Doreen Ríos (considerada curadora e investigadora) y otra a Ernesto Cortés, (investigador artístico). En el Capítulo IV de la tesis se detalla de manera más profusa los hallazgos de las entrevistas.

A través del estudio de ellas, se articuló un análisis comparativo que permite rastrear patrones emergentes y contradicciones en el ecosistema artístico local. El proceso, de carácter inductivo, avanzó progresivamente hacia conclusiones que interpelan tanto la mercantilización del arte como su papel en los flujos transnacionales redefinen la articulación de subjetividades culturales en el presente.

El estudio incluyó entrevistas a artistas digitales mexicanos con experiencia directa en la creación y comercialización de prácticas artísticas digitales. El análisis reveló un proceso acelerado de digitalización de obras dirigidas a plataformas de mercado en línea, fenómeno que se intensificó notablemente a partir de 2020, tras el inicio de la pandemia de COVID-19 (SARS-CoV-2). Este contexto global favoreció la adopción de modelos híbridos, basados en fusionar la producción artística convencional y la distribución digital. Como resultado, se transformaron tanto las dinámicas creativas como los mecanismos de valoración artística.

Como ejemplo de lo anteriormente mencionado, el testimonio de Natalia Marmolejo (alias Gurumata), que comenzó a *encriptar*³ (vg) su obra a partir del año 2020, debido a la pandemia por el virus SARS-CoV-2. Ella comenta: “Al inicio de la pandemia hubo un *boom* en cuanto al arte digital. Al suspenderse las actividades presenciales, la atención se volcó hacia las pantallas, campo que yo llevaba ya seis años trabajando. Eso aumentó mi visibilidad y relevancia momentáneamente” (Marmolejo, 2024).

³ Aplicar técnicas de cifrado para proteger la información asociada a una obra digital, asegurando que solo las personas autorizadas puedan acceder, visualizar o interactuar con ella.

Natalia había creado obras utilizando herramientas digitales, pero no las había puesto en plataformas de venta de arte digital. Sin embargo, ante las circunstancias provocadas por la pandemia, decidió encriptar su obra para adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

Marmolejo menciona que la pandemia aumentó su visibilidad y relevancia momentáneamente. Este punto es crucial para entender cómo las dinámicas de atención y valoración en el campo artístico se reconfiguraron en un contexto de aislamiento social. El confinamiento y el colapso de los circuitos convencionales del arte (galerías, ferias, museos y bienales) generaron una crisis de demanda en el sector cultural físico, lo que incentivó a los artistas a migrar hacia plataformas digitales —con costos marginales bajos y alcance global— para asegurar ingresos. Paralelamente, el aumento del consumo digital (teletrabajo, ocio en pantallas) expandió la demanda de contenidos visuales y experiencias inmersivas, creando nichos rentables en redes sociales, mercados de *NFTs* (vg) (como OpenSea) y metaversos (vg). La especulación financiera en criptoactivos (vg), impulsada por políticas monetarias expansivas durante la pandemia, facilitó la monetización de obras digitales mediante *tokens* (vg), transformando el arte en un activo líquido y globalizado.

Además, la precarización laboral y la flexibilización de las economías creativas —propias del neoliberalismo— convirtieron a plataformas como ArtStation⁴ en refugios para artistas que, ante la caída de empleos formales, adoptaron modelos de autogestión basados en suscriptores, microtransacciones y *crowdfunding* (vg). Así, el auge no fue solo una adaptación tecnológica, sino un síntoma de la subsunción acelerada de la creatividad a lógicas de mercado digitalizadas, donde, usualmente, la rentabilidad se prioriza sobre la autonomía artística.

El resultado para mitigar esta subsunción al capital es la *encriptación* (vg) y en este sentido, no solo es una técnica de protección de la propiedad intelectual, sino también podría presentarse como una forma de oposición simbólica frente a la mercantilización acelerada del arte digital. Este acto puede ser analizado a través de la teoría de la autonomía relativa del campo artístico de Pierre Bourdieu, donde los artistas buscan mantener cierto control sobre la

⁴ <https://www.artstation.com/>

producción y circulación de sus obras, incluso en un contexto de creciente digitalización y comercialización.

La perspectiva de Arcángel Constantini, obtenida mediante entrevista semiestructurada (2024), sintetiza esta tensión:

Hay toda una serie de conflictos de interés muy fuertes en el *NFT*. Pero a mí principalmente me molestaba el uso de energía, porque yo no solo trabajo el arte digital, sino que tengo más de 30 años trabajando el arte digital y mis proyectos de instalación y de arte computacional y de computación física, he estado elaborando discursos y hablando acerca de los problemas del clima, el agua, la energía; entonces, dejar a un lado todas estas investigaciones y todas estas problemáticas, para buscar un recurso económico ficticio, no lo veía viable, era incongruente bajo los principios que se estaba desarrollando y produciendo arte (Constantini, 2024).

Aunque Arcángel Costantini es un referente clave del arte digital en México, su práctica artística se distingue por una materialidad híbrida que vincula lo tecnológico con lo tangible. Como señaló en una entrevista realizada en 2024 (Costantini, comunicación personal, 15 de marzo de 2024), sus obras —centradas en instalaciones interactivas, arte computacional y computación física— existen predominantemente en el mundo material, siendo exhibidas en galerías y museos como piezas únicas y no reproducibles. Constantini —pionero del *media art* comprometido con lo analógico — digital— desautoriza el modelo criptoartístico. Su obra, al exigir presencia corporal y percepción multisensorial, niega la lógica de mercados basados en *tokens (NFTs)*, como expresa en esta declaración anterior. Para él, la exhibición en espacios institucionales no solo preserva la singularidad de la obra, sino que resiste la desmaterialización fetichista impulsada por plataformas *blockchain*, reafirmando el arte como un acto político anclado en lo corpóreo y lo contextual.

Cuando empezaron a desarrollarse, el exceso de consumo energético que estaba relacionado con las criptomonedas, con el *bitcoin (vg)*, el *ethereum (vg)*, para validarla, tenían que estar 250 mil computadoras trabajando para validarlas; entonces en un principio de los *NFT'S*, que empezaron a despuntar, es pura especulación, todo se

trataba de la especulación, de los que estaban invirtiendo en criptomonedas, para revalorizar sus inversiones; si vas ahorita a las ferias de Arte Contemporáneo, es escaso el trabajo que se está moviendo dentro del arte de esta calidad (Constantini, 2024).

El trabajo de Costantini, aunque se enmarca en el arte digital, se distingue por su enfoque en obras tangibles que residen en el mundo material, como instalaciones y arte computacional. Este enfoque contrasta con la tendencia hacia la digitalización y el *criptoarte*, que ha desafiado las nociones tradicionales de unicidad y misticismo en el arte. Mientras la revolución tecnológica ha facilitado la reproducción masiva, ampliada y ha alterado hasta cierto punto la percepción del valor artístico, Costantini se mantiene firme en su rechazo al *criptoarte*, subrayando los problemas ambientales y la especulación inherente a este mercado emergente. Su postura destaca una resistencia a la desmaterialización que, en muchos casos, ha redefinido las dinámicas del arte en la era digital.

El contraste entre el enfoque tangible de Costantini y la creciente digitalización del arte resalta las tensiones inherentes al arte digital contemporáneo. Mientras Costantini prioriza la materialidad y cuestiona el impacto ambiental y especulativo del *criptoarte*, autores como Edmond Couchot y Norbert Hillaire en *L'art numérique: Comment la technologie vient au monde de l'art* (2003) lo definen como aquel que emplea sistemas informáticos como herramienta para la creación, difusión o recepción de la obra. Esta comparación entre el artista Constantini y los autores anteriormente mencionados, subraya cómo la tecnología ha transformado no solo los medios, sino también las dinámicas de producción y apreciación artística, planteando paradojas constitutivas sobre el equilibrio entre lo tangible e intangible en la era digital.

Por otro lado, para autores como Lev Manovich en *The Language of New Media* (2001): el arte digital forma parte de los "nuevos medios", que incluyen cualquier arte creado o distribuido por medios computacionales; para Christiane Paul en *Digital Art* (2003), define el arte digital como una práctica artística que emplea las tecnologías digitales como parte esencial de su proceso de creación, explorando aspectos interactivos, multimedia y la virtualidad. Para Margot Lovejoy en *Digital Currents: Art in the Electronic Age* (2004), el arte digital es descrito

como un fenómeno vinculado a la era electrónica, en donde los medios digitales transforman las prácticas artísticas tradicionales, ampliando las posibilidades creativas.

Recapitulando, Edmond Couchot y Norbert Hillaire identifican el arte digital como aquel que utiliza sistemas computacionales en todas las etapas de creación, difusión y recepción, subrayando cómo estas herramientas median el acto creativo y amplían la accesibilidad de las obras.

Desde una perspectiva económica, esto refleja la integración de la tecnología como una fuerza productiva que, por un lado, tiene el potencial de popularizar el acceso al arte, pero, por otro, genera nuevas formas de dependencia y explotación en el mercado artístico.

En este sentido, Lev Manovich sitúa el arte digital dentro de los "nuevos medios", evidenciando su conexión con las infraestructuras digitales que amplían las posibilidades de creación y distribución. Aquí, el arte digital no solo es un medio de expresión, sino un nodo dentro de la economía de plataformas, donde el valor de la obra se entrelaza con los flujos de datos, las redes globales y la lógica algorítmica.

Por otro lado, Christiane Paul resalta los aspectos interactivos, multimedia y virtuales del arte digital, señalando cómo estas características transforman la relación entre el artista, la obra y el público. Esto resuena con las dinámicas de consumo capitalista contemporáneo, donde la interactividad y la personalización son elementos clave en la construcción del valor.

Y, por último, la autora Margot Lovejoy hace una conexión entre el arte digital con la era electrónica, subrayando su capacidad para ampliar las posibilidades creativas y desafiar las prácticas tradicionales. Sin embargo, esta expansión también está sujeta a la lógica del capital, que tiende a mercantilizar estas nuevas formas artísticas, consolidando su lugar como parte del circuito de producción y especulación en el mercado del arte.

Estas definiciones muestran diversos enfoques sobre el arte digital, destacando su vínculo con la tecnología, la interactividad y la innovación constante. A su vez, reflejan la

complejidad de intentar encasillarlo en una sola definición. El arte digital se desarrolla en un entorno dinámico que lo convierte en algo cambiante con el tiempo, dotándolo de una naturaleza flexible y en constante evolución. Está profundamente influido por los avances tecnológicos y las nuevas formas de creación y consumo artístico, lo que le otorga una variabilidad inherente

El arte digital, caracterizado por su dinamismo y constante evolución, refleja los cambios impulsados por los avances tecnológicos y sus efectos en la creación y distribución de las obras. A medida que las tecnologías digitales transforman las formas de producción artística, también modifican la percepción y el valor del arte. Este proceso se ve influido por las lógicas del sistema económico actual, que promueve la innovación y eficiencia, desafiando la noción convencional del arte como un bien único y cargado de misticismo, favoreciendo su accesibilidad y reproducción.

A partir de esa perspectiva, se puede observar la revolución tecnológica, impulsada por el modelo económico hegemónico dominante, que no solamente ha transformado las dinámicas laborales y productivas, sino que también ha impactado profundamente en el mundo del arte. Este cambio responde a las lógicas del sistema económico, que busca constantemente innovar para reducir costos y aumentar la competitividad, incluso en el ámbito cultural, donde la digitalización ha alterado la percepción y el valor convencional del arte.

En este trabajo se adoptó una perspectiva situada en el contexto en México, integrando elementos estructurales que forman parte de un sistema global. Estos fueron ilustrados con casos específicos de México para destacar sus particularidades.

Los conceptos e indicadores seleccionados abarcan las dimensiones clave del objeto de estudio. No obstante, es fundamental reconocer que tanto la descripción como los análisis presentados están condicionados por la subjetividad inherente a la perspectiva de la autora. Esta visión personal podría diferir de realidades objetivas en distintos contextos, lo que podría derivar en discrepancias entre las interpretaciones propuestas y fenómenos observables, particularmente al contrastarlas con enfoques o marcos teóricos alternativos.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto de investigación se inscribe en la cuarta línea del Doctorado en Economía Política del Desarrollo de la BUAP, bajo el tema "Trabajo y Conocimiento en el Desarrollo Latinoamericano". Se realizó un análisis de la influencia del cambio tecnológico en la configuración del arte digital como manifestación artística específica. Este estudio abordó las interrelaciones entre los niveles económico, político y cultural. Se analizó cómo las tecnologías digitales estructuran los procesos dinámicos de producción, circulación y apropiación cultural en el contexto global y específicamente en México, con especial atención a las tensiones y oportunidades que surgen en dichas interacciones.

OBJETIVOS

Los objetivos y preguntas que guiaron este trabajo de investigación son:

OBJETIVO	PREGUNTA
Indagar sobre la condición actual de la oferta y el consumo de arte digital en México, para poder entender cómo estos elementos configuran su circulación, apropiación y posicionamiento en el mercado del arte.	¿Qué relación existe entre la condición de la oferta y el consumo de arte digital en México y la estructura de su circulación, apropiación y posicionamiento en el mercado artístico?
Analizar las dinámicas de consumo del arte digital desde una perspectiva de la economía política, identificando los mecanismos de valor y las estructuras de mercado que moldean su producción, distribución y adquisición en un contexto globalizado y digitalizado.	¿Cómo las relaciones de poder y las dinámicas económicas en el mercado del arte digital influyen en los mecanismos de consumo y en la percepción del valor de estas obras desde la perspectiva de la economía política?
Examinar las prácticas profesionales de artistas digitales en el ecosistema contemporáneo, identificando convergencias y divergencias mediante	¿Cómo se configuran las prácticas profesionales de los artistas digitales en el ecosistema cultural contemporáneo, y qué tensiones entre autonomía creativa y

entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas.	mercantilización revelan las convergencias y divergencias identificadas en sus discursos?
---	---

El arte digital se considera contemporáneo por su énfasis en la conceptualización y en las ideas que subyacen a la obra. Este enfoque trasciende las formas convencionales de expresión artística, como la pintura o la escultura, para priorizar el proceso y el mensaje detrás de la obra, a menudo desafiando las convenciones estéticas establecidas.

Este énfasis en la conceptualización refleja una transformación en el valor del arte. En lugar de centrarse exclusivamente en el valor material o estético de la obra, el arte digital resalta la producción de significado y el capital simbólico asociado a las ideas, la tecnología utilizada y el contexto social en el que se presenta.

En un mercado de arte distinto al convencional, donde las obras digitales pueden reproducirse y distribuirse rápidamente, la conceptualización de la pieza artística adquiere un significado central, a menudo más allá de su costo de producción o de su resultado estético. Esto genera nuevas dinámicas de mercado, donde las nociones de autenticidad y exclusividad son cuestionadas y se expanden a nuevas formas, como el uso de tecnologías emergentes como los *NFTs (tokens no fungibles)*, que permiten certificar la propiedad sin necesidad de una obra tangible.

Por lo tanto, el arte digital no solo se define el uso de “nuevos medios”, sino por cómo se interrelaciona con los sistemas económicos, las nuevas formas de consumo cultural y las transformaciones en las relaciones de producción artística. En este sentido, representa un cambio de paradigma en el que el arte se convierte en una plataforma para la reflexión y la crítica social, además de un bien en el mercado global.

Como fundamento de su existencia, el arte digital incluye toda creación realizada mediante medios digitales o mediante la combinación de técnicas analógicas y multimedia, permitiendo su reproducción en distintos espacios y tiempos. Su tendencia hacia la desmaterialización del soporte físico inicial lo convierte en una forma de arte flexible, capaz de adaptarse a diferentes medios y contextos. Sin embargo, aunque esta capacidad de transformación y adaptación incrementa su diversidad, aún enfrenta limitaciones en cuanto a

la accesibilidad, ya que no toda la población tiene igual acceso a las herramientas digitales necesarias, como las computadoras o el software especializado⁵.

Cuando hablamos de digitalización del arte y el uso de “nuevos medios” para su producción, invariablemente hablamos de los conceptos de obra tangible e intangible, en una pieza artística, lo tangible e intangible se refieren a dos aspectos fundamentales que interactúan en la pieza artística, para darle significado y conceptualización a la misma.

Lo tangible abarca los elementos físicos que componen la obra de arte. Esto incluye: soportes y medios: el lienzo, la madera, el papel, el mármol, o cualquier otro material en el que se realiza la obra; pigmentos y colores: las pinturas, tintas, o cualquier sustancia utilizada para crear las imágenes o formas; está relacionado con los materiales que se aplican a través de conocimientos técnicos (pinceladas, tallado, modelado; forma y composición), la disposición física de los elementos en la obra, como las líneas, formas, volúmenes, y texturas; espacio y tamaño (las dimensiones de la obra y cómo ocupa el espacio en el que está situada).

En cuanto a lo intangible, se refiere a los aspectos que van más allá de lo que se pueda palpar a través del tacto. Estos incluyen: significado y concepto: las ideas, temas, o mensajes que la obra pretende comunicar; emociones y sensaciones (las respuestas emocionales que provoca en el espectador, como tristeza, alegría, sorpresa; intención del artista: la visión, propósito o motivación detrás de la creación de la obra); contexto cultural e histórico: la influencia del entorno cultural, político o social en el que se creó la obra, y cómo se interpreta en diferentes contextos; simbolismo y metáfora: los significados más profundos y las interpretaciones simbólicas que pueden no ser evidentes a primera vista y que a menudo dependen de la interpretación del espectador.

La interacción dialéctica entre lo tangible y lo intangible en una obra de arte constituye la base de su experiencia estética integral. Lo primero —ya sea lienzo, código binario o instalación interactiva— opera como sustrato sensorial que materializa conceptos abstractos, ofreciendo un anclaje perceptivo. Por su parte, lo segundo —la narrativa simbólica, el contexto

5 En 2022, de acuerdo con la ENDUTIH (Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares del INEGI) en México, había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6% de la población de 6 años o más. También se tiene registro de 93.8 millones de personas usuarias de teléfono celular. La cifra equivale a 79.2% de la población de estudio.

El 37.0% de la población de 6 años o más utilizó computadora. Comparado con 2019, el uso de este dispositivo se redujo 5.4 puntos porcentuales.

histórico o la carga emotiva— irradia capas de significado que trascienden la mera forma física, activando resonancias subjetivas en el espectador. Esta simbiosis no es estática: mientras el soporte tangible condiciona los límites de la interpretación (por ejemplo, un *NFT* depende de su metadata *blockchain*) (vg), lo intangible —como la memoria colectiva asociada a un ícono cultural— redefine constantemente la materialidad de la obra. Así, la obra de arte se erige como un campo de fuerzas donde pigmentos, píxeles o algoritmos dialogan polisémicamente con las subjetividades de cada observador, siguiendo la premisa de Umberto Eco (1989) de que el arte es un "mensaje abierto", siempre incompleto hasta su encuentro con el espectador.

El consumidor (espectador y/o comprador) se ve desenvuelto en plataformas de exhibición de arte digital (galerías digitales y *marketplaces*), que a partir del 2020, desempeñan un papel protagónico en la dinámica del mercado artístico digital, cuyas raíces y formas de operar se remontan a las galerías convencionales de base tangible; junto con agentes intermediarios (curadores, galeristas, coleccionistas), estas plataformas constituyen un eje estructural que define las tendencias, normativas y criterios culturales que determinan el qué, cómo, cuanto y para qué del arte digital. Estos actores no solo operan como facilitadores del acceso al mercado, sino que construyen relaciones de poder y de valorización (monetario, simbólico) en sus diferentes dimensiones que legitiman obras y prácticas específicas, al tiempo que excluyen o marginan otras, reproduciendo así las jerarquías inherentes al sistema capitalista.

Por otro lado, el artista digital, al cual hago alusión en este estudio, se inserta dentro de esta transformación estructural, adaptando su práctica a un entorno dominado por la tecnología y el uso de “nuevos medios”.

Las obras digitales emplean un lenguaje visual que al ser codificado y transmitido a través de interfaces gráficas y pantallas, deviene en un doble propósito como pieza artística en primera instancia, pero al mismo tiempo como mercancía que puede ser consumida por el espectador. Este intercambio entre consumidores y artistas no solo reproduce la lógica mercantil del capitalismo, sino que también pone de relieve la tensión entre la innovación tecnológica y la alienación del trabajo creativo en la era digital.

Este fenómeno evidencia cómo el consumismo, como una expresión de la lógica capitalista, permea todas las esferas del mercado artístico, transformando las obras digitales en mercancías, relegando su significado conceptual. Esta afirmación no significa una generalización, pero sí señala que el mercado del arte digital se ve dominado por un consumo masivo que privilegia la acumulación de capital simbólico (Bourdieu, 1979) sobre el reconocimiento de otros aspectos que también son importantes en una pieza artística digital como la conceptualización y estética generada por el artista digital. Esto refuerza la mercantilización del arte digital, alienando al artista y perpetuando las dinámicas de exclusión propias del sistema económico dominante.

Sin embargo, a pesar de las dinámicas dominantes, a las cuales hice referencia en el párrafo anterior, cabe cuestionarse ¿Por qué es importante el arte digital dentro del movimiento artístico?

En este sentido, el arte digital se puede considerar el nuevo transgresor de los límites establecidos del quehacer artístico (como lo fue en su momento histórico el arte conceptual), generando nuevas formas de expresión que no solo reflejan, sino que también dialogan con la era tecnológica en la que vivimos. Esta dinámica contribuye a enriquecer la experiencia tanto del artista digital, que encuentra nuevas herramientas para plasmar su visión, como del espectador, que interactúa con obras que trascienden lo puramente visual para convertirse en experiencias inmersivas y temporales. Así, el arte digital no solo es un reflejo de su tiempo, sino también un agente activo en la transformación cultural y estética de nuestra sociedad.

La investigación mostró que el arte digital es importante en la redefinición de las formas convencionales de creación artística, impulsando una transformación radical en el lenguaje visual y expandiendo las posibilidades expresivas tanto para los artistas como para los espectadores. De acuerdo con Monreal (2020), el arte digital introduce tecnologías de *hardware* y *software* (vg) en las artes visuales, permitiendo lo que él denomina una "poética de descomposición": un proceso creativo que rompe, reconfigura y reinventa la imagen mediante operaciones como pegar, dibujar, variar, cambiar y pintar. Esto no solo enriquece las técnicas artísticas, sino que también despoja a ciertos tipos de artes visuales de su carácter fijo y estático, otorgándoles una dimensión temporal que las acerca a las artes escénicas. "Despoja

a las plásticas de su característica de fijeza y estaticidad y, como a las artes escénicas, las convierte en arte del tiempo” (Monreal, 2020: 30).

De este modo, señalaremos algunas características del arte digital consideradas como criterios para definir el alcance del estudio y que, por lo tanto, se mencionarán y analizarán a lo largo del texto

- Se encuentra encriptado mediante códigos y se visualiza y manipula en interfaces gráficas. Esto permite su acceso y modificación continua, propiciando su transformación en otros elementos o piezas artísticas.
- Las piezas artísticas se expresan en un mundo virtual, siendo representaciones imaginativas y expresivas de la perspectiva personal del artista digital.
- La estructura de oferta y demanda se refleja en metaversos digitales, donde las transacciones ocurren en galerías virtuales. En estas plataformas, las *criptomonedas* (vg) se utilizan para comprar y vender piezas de arte representadas como *NFT (Non-Fungible Tokens)*, que certifican su autenticidad y propiedad, respaldadas por la tecnología *blockchain*.
- Este análisis se enfocará en el arte digital manifestado a través de imágenes estáticas y audiovisuales, incluyendo formatos como fotografía, pintura digital, animaciones y *GIFs* (vg). Se excluirán disciplinas como el teatro y la música, con el objetivo de delimitar el estudio a los formatos visuales que definen y caracterizan al arte digital contemporáneo, permitiendo un examen más profundo de sus particularidades estéticas, técnicas y conceptuales.

Desde esta perspectiva, no se busca establecer una definición rígida o unívoca del arte digital. Más bien, se trata de analizar las temáticas con respecto a la producción, exposición y mercado que llevan a cabo los artistas digitales entrevistados, lo que permite delinear el tipo de arte digital que se está estudiando sin imponer barreras arbitrarias sobre qué puede

considerarse como tal. Al evitar una categorización excluyente, este enfoque reconoce la diversidad y las múltiples manifestaciones del arte digital, respetando la fluidez y evolución constante de este campo, en el cual los propios artistas digitales entrevistados ya están inmersos, aportando sus particulares interpretaciones y contribuciones a este universo creativo.

El estudio aborda el arte digital mexicano contemporáneo a través de un eje temporal que parte de sus raíces en las prácticas culturales (1970-1990) y culmina en su consolidación pospandémica (2019-2024). Esta perspectiva evidencia la trayectoria histórica y las transformaciones aceleradas por la pandemia, contexto en el que la digitalización artística se erigió como un factor catalítico de carácter emancipador.

Esta tensión se manifiesta en la resistencia institucional a incorporar sus prácticas y en la percepción ambivalente de públicos especializados, fenómeno que refleja la transición paradigmática en la valoración simbólica (Bourdieu 1979/1998, Baudillard 1979/2007) y económica del arte en la era digital. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a 5 artistas digitales y 2 investigadores que se desenvuelven en México, con los testimonios, se pudo identificar una constante en el arte digital actual, relevante en la investigación: el arte digital enfrenta una brecha de legitimación frente al canon artístico hegemónico, pese a su dinamismo innovador.

El estudio articula conceptos abiertos como mercado del arte, descentralización tecnológica, circuitos de exhibición y consumo, así como el quehacer del artista digital. Esta aproximación, revela un proceso de evolución no lineal y sinérgico, donde interactúan factores tecnológicos (*NFTs*, *blockchain*), económicos (*criptomercados* y *criptomonedas*) (vg) y culturales.

Los marcos conceptuales empleados se orientan a mapear tres dimensiones clave:

1. Institucionalidad: particularidades del tipo de trabajo del artista digital y las fricciones entre instituciones convencionales de arte y plataformas digitales.
2. Valoración económica: Transformación de los modelos de comercialización.

3. Recepción crítica: la generación de nuevos públicos para el arte digital y propuestas de nuevos potencializadores del arte digital en sus diferentes esferas.

En el ámbito de la institucionalidad, de acuerdo con la investigación, el artista digital realiza un tipo de Trabajo considerado "Trabajo No Clásico" (De la Garza, 2012), que implica la producción de bienes intangibles que generan valor a través de la creación de emociones y símbolos estéticos. A diferencia de los productos tangibles, las obras digitales, como animaciones, gráficos o software artístico, pueden ser reproducidas y distribuidas infinitamente sin que el artista digital intervenga directamente en cada instancia de producción. Este fenómeno se observa, por ejemplo, en los diseños de *software* y plataformas gráficas, donde los productos artísticos no solo se utilizan, sino que también se almacenan y comercian en mercados globales, redefiniendo las nociones tradicionales de unicidad y propiedad artística.

Además, el arte digital está inmerso en el sector de servicios, donde los estándares laborales convencionales, como contratos formales, jornadas establecidas o remuneraciones fijas, suelen no aplicarse. Este tipo de trabajo es frecuentemente desarrollado por autónomos o profesionales bajo esquemas de subcontratación, enfrentando condiciones laborales precarias debido a la falta de regulación específica. La naturaleza digital de la producción artística también contribuye a la deslocalización del trabajo, permitiendo la interacción global, pero dificultando el establecimiento de marcos laborales homogéneos.

La relación entre el arte digital y el mercado revela una dimensión crítica del “trabajo no clásico”: la mercantilización de símbolos y experiencias intangibles, en contraste con la producción de objetos físicos tradicionales. Este concepto, acuñado para analizar las dinámicas propias del arte digital, permite examinar las transformaciones estructurales en las relaciones laborales y económicas bajo el capitalismo digital (Fuchs, 2014; Zuboff, 2019). A diferencia del trabajo industrial clásico —vinculado a la manufactura y al tiempo de trabajo socialmente necesario (Marx, 1867)—, el “trabajo no clásico” en el arte digital se caracteriza por su énfasis en la producción simbólica, donde algoritmos, datos y narrativas culturales se convierten en insumos primarios (Pasquinelli, 2019). Esta modalidad laboral expone tensiones inherentes a la era digital: por un lado, la tecnología democratiza la creación y distribución artística; por

otro, plataformas como *NFTs* o metaversos subsumen la creatividad bajo lógicas extractivas, donde el valor se mide en capital financiero y atención algorítmica (Harvey, 2018).

El arte digital, en este sentido, opera como un ejemplo paradigmático de la subsunción real del trabajo al capital (Marx, 1867), ahora ampliada a lo intangible. Mientras los artistas generan contenidos que desafían nociones de autoría y materialidad, su labor es regulada por contratos inteligentes (*smart contracts*) (vg), comisiones automatizadas y derechos de propiedad digital que replican jerarquías económicas convencionales (Scholz, 2020). Así, el “trabajo no clásico” no solo redefine qué se produce —símbolos en lugar de mercancías—, sino cómo se produce: bajo una precarización encubierta por discursos de innovación y autonomía creativa (Terranova, 2000). Esta paradoja sitúa al arte digital en el centro de las contradicciones de la economía global, donde lo simbólico y lo financiero colisionan.

En este marco analítico, el arte digital —en su segunda dimensión, la valoración económica— opera simultáneamente como activo transaccional y vehículo de significación cultural, trascendiendo fronteras geopolíticas y redefiniendo nociones tradicionales de escasez y autenticidad. La incorporación de tecnologías emergentes, como los *NFTs* (*tokens no fungibles*) y los protocolos de *blockchain* (vg) —base técnica para la certificación descentralizada—, evidencia una transformación paradigmática: no solo en los modos de producción, sino en las estructuras de propiedad, los circuitos de valor y las lógicas de consumo, donde la desmaterialización del arte coexiste con su mercantilización algorítmica.

Los artistas digitales que utilizan “nuevos medios” en la producción de obra, están impregnadas por lo que Antunes (2005) denomina “trabajo muerto,” una forma de capital acumulado que se materializa en el desarrollo de *hardware* y *software* (vg). Este concepto subraya la transferencia de capacidades humanas a máquinas informatizadas, un fenómeno que redefine tanto los procesos productivos como las relaciones laborales. En este sentido, es crucial analizar críticamente cómo estas herramientas, aunque habilitan nuevas formas de creación, también perpetúan dinámicas de dependencia tecnológica y alienación del trabajo vivo.

En la actualidad, la ausencia de regulaciones laborales adecuadas para sectores no convencionales, como el digital, ha expuesto a los artistas digitales a condiciones de vulnerabilidad económica, frecuentemente opera en un entorno marcado por la precarización y la falta de reconocimiento laboral. Como señala Antunes: “El trabajo manual y de oficio ha sido absorbido por la nueva industria, transfiriendo capacidades intelectuales a máquinas informatizadas a través de la computadora, lo que enfatiza la tendencia a la reducción y transformación del trabajo vivo en muerto” (Antunes, 2005:115).

Este contexto obliga a repensar las condiciones laborales del artista digital y su lugar dentro de una economía que privilegia la acumulación de capital sobre el bienestar de los trabajadores.

Desde una perspectiva de económica, a partir de esta investigación se encontró que el artista digital, como sujeto social⁶, opera dentro de una dinámica laboral marcada por la flexibilización y la precarización. Su remuneración, habitualmente basada en proyectos finalizados, carece de estabilidad en forma de un salario fijo o prestaciones laborales, características fundamentales del empleo formal. Aunque existen casos de artistas digitales que obtienen ingresos significativos por sus obras, estos representan una excepción en lugar de la regla general. La mayoría enfrenta condiciones laborales que reflejan la pauperización de su oficio, exacerbada por la falta de un marco regulatorio que contemple las particularidades del trabajo digital.

Un análisis althusseriano aplicado exige, en primer lugar, desagregar las ideologías dominantes que estructuran el campo. Entre estas, destacan el determinismo tecnológico—la fe en una inevitabilidad del progreso técnico—, el mito del genio creativo individual, el fetichismo de la innovación y los valores de emprendimiento y marca personal impuestos por el mercado. Estas formaciones ideológicas no son meras ideas flotantes, sino fuerzas materiales que condicionan las prácticas y los imaginarios de la producción artística digital.

⁶ La teoría de los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE) de Louis Althusser (1970/1974) ofrece un marco para analizar la constitución de los artistas digitales como sujetos sociales dentro de una formación ideológica específica. Lejos de ser entidades autónomas, estos creadores se configuran a través de su inserción en una red de instituciones—como las escuelas de arte, el mercado, los medios de comunicación, las corporaciones tecnológicas y las comunidades en línea—que funcionan como AIEs especializados en moldear disposiciones estéticas, competencias técnicas y jerarquías de valor.

El mecanismo central de esta sujeción es el proceso de interpelación. A través de él, estos aparatos "llaman" o constituyen a los individuos como "artistas digitales", ofreciéndoles una identidad y un lugar social desde el cual reconocerse. La internalización de este llamado— asumiendo como propias las lógicas del mundo del arte— resulta fundamental para comprender la autopercepción e insertos como sujetos sociales. Sus elecciones estéticas y su relación instrumental con la tecnología están, por tanto, profundamente mediatizadas por los AIE en los que se inscriben.

Sin embargo, una lectura crítica con Althusser no implica un determinismo pasivo. Por el contrario, permite identificar fisuras para una praxis contestataria. Un artista consciente de estos mecanismos puede, por ejemplo, interrogar las presiones comerciales y las narrativas hegemónicas de la autopromoción, evitando su mera reproducción. Del mismo modo, la subversión de la influencia de las grandes tecnológicas puede materializarse en la adopción estratégica de software de código abierto y en la producción de obras que problematizan críticamente el discurso del determinismo tecnológico.

En definitiva, la aplicación del marco althusseriano trasciende las nociones romantizadas del artista como genio aislado. En su lugar, proporciona una comprensión más densa y matizada de la compleja dialéctica que entrelaza la subjetividad del creador con las estructuras de la ideología, el poder y la reproducción social en el capitalismo digital. (Althusser, 1970/1974)

En este contexto, la digitalización y la flexibilización laboral no solo definen la estructura del trabajo del artista digital, sino que también influyen en la valoración económica (precio) de sus piezas dentro del mercado. Estas relaciones se analizaron, en un primer momento a partir de los conceptos marxistas de valor de uso y valor de cambio Marx (1867/2015), en donde de forma resumida, se establece que el valor de uso radica en la utilidad del producto, mientras que el valor de cambio responde a la capacidad que tienen las mercancías para intercambiarse en términos equivalenciales.

En un segundo momento, se retomó el concepto de valor simbólico (Baudillard y Bourdieu) y hace referencia a la importancia y significado atribuidos a un objeto, bien o práctica, más allá de su valor material o de uso. Este valor simbólico se construye socialmente y está influido por el contexto cultural, histórico y económico en el que se encuentra. En el ámbito artístico y económico, el valor simbólico puede estar asociado con la identidad, el prestigio, o el poder, reflejando aspectos de *status* social y pertenencia a ciertos grupos o clases.

Pierre Bourdieu, en su obra *La distinción: Criterio y bases sociales del juicio* (1979/1998), analiza el valor simbólico en el contexto cultural y artístico, indicando que las distinciones sociales se materializan a través del consumo y la apreciación de objetos, en particular aquellos que están ligados a prácticas culturales como el arte. Bourdieu sostiene que el valor simbólico de un objeto se construye a partir de las prácticas sociales y las relaciones de poder, que definen qué es apreciado, y por quién, dentro de un contexto social.

Por su parte, Michel Foucault, en sus estudios sobre el poder y la subjetividad, también aborda la manera en que los objetos y las prácticas adquieren valor simbólico dentro de las estructuras de poder y conocimiento (Foucault, 1975). Para Foucault, el valor simbólico está ligado a las formas de control y la construcción de normas que regulan la aceptación de ciertos valores dentro de una sociedad.

Este concepto es particularmente relevante en la economía política del arte, ya que el valor simbólico se entrelaza con la circulación del capital cultural y económico, y con los mecanismos que determinan el valor de una obra en el mercado del arte (Bourdieu, 1993).

Además de estar en conexión con lo planteado por Jean Baudrillard (1981), en donde el arte contemporáneo ha trascendido su función estética para convertirse en un signo de clase, donde la posesión de ciertas obras —físicas o digitales— opera como un simulacro que confiere estatus intelectual o prestigio social. En un contexto hiperconsumista, el valor simbólico de un NFT o una pieza digital no radica en su utilidad material —inexistente en el plano digital—, sino en su capacidad para funcionar como un signo diferenciador dentro de jerarquías culturales. Como señala Baudrillard, en la sociedad posindustrial, los objetos se desmaterializan en signos que articulan relaciones de poder: por ejemplo, poseer un

CryptoPunk o un archivo *tokenizado* en *Ethereum* no refleja apreciación artística, sino la adhesión a un código de distinción que separa a las élites tecnófilas de las masas consumidoras de contenido digital genérico (Baudrillard, 1979, p. 47). Como señala Bourdieu (1979), la escasez artificial opera como mecanismo de distinción. En la cultura digital —donde memes y obras de IA proliferan exponencialmente—, a través del uso de la tecnología *blockchain* se institucionaliza esta lógica al convertir *tokens* digitales en marcadores de clase que simulan rareza en medio de la sobreproducción

Desde la perspectiva de Pierre Bourdieu (1979), esta dinámica se inscribe en la lucha por el capital simbólico, donde las prácticas culturales —como coleccionar arte digital— actúan como marcadores de posición social. Bourdieu argumenta que el arte no es un territorio neutral, sino un campo de batalla donde se disputan significados y legitimidades. En el caso de los NFTs, su valor no emana de un consenso estético, sino de su capacidad para ser reconocidos como "arte valioso" por comunidades específicas (galeristas, influencers, inversores), quienes imponen criterios de validación afines a sus intereses (Bourdieu, 1979, p. 123). Así, un token digital puede carecer de originalidad técnica, pero si es avalado por figuras influyentes en plataformas como Twitter o Discord, adquiere un aura de prestigio que lo convierte en mercancía deseable. Este proceso, sin embargo, no es democrático: reproduce estructuras de dominación al vincular el acceso a ciertos signos (NFTs "exclusivos") con capital económico y educativo, tal como ocurre en el arte tradicional.

La convergencia teórica entre Baudrillard y Bourdieu desvela una paradoja central del mercado digital: pese a la promesa democratizadora de la tecnología en la creación artística, esta ha consolidado nuevas estratificaciones. Baudrillard analiza la simulación de valor mediante signos vacíos —como los NFTs, cuyo precio se infla no por su valor estético, sino por su función como marcadores de pertenencia elitista—, mientras Bourdieu desentraña cómo estos símbolos se institucionalizan como parte de un *habitus* de clase. En un ecosistema de sobreabundancia digital, poseer archivos tokenizados opera como acto performativo de inclusión en círculos privilegiados, perpetuando el mito de un arte digital ajeno a lógicas mercantiles. Ambos teóricos coinciden, no obstante, en denunciar esta aparente autonomía como ficción: el signo de clase —ya sea un lienzo renacentista o un NFT— permanece como dispositivo de poder que naturaliza desigualdades bajo el manto de lo cultural (Baudrillard, 1981; Bourdieu, 1979)

Resumiendo lo anterior, a lo largo de esta investigación, se identificaron y analizaron cinco dimensiones de valor inherentes a la obra artística digital, cuyas interacciones y tensiones configuran su precio y existencia en el mercado del arte actual:

- La distinción marxiana entre valor de uso y valor de cambio (Marx, 1867) resulta fundamental, aunque problemática, para analizar la mercancía artística. El valor de uso reside en la capacidad de un objeto para satisfacer una necesidad humana, sea esta material, estética o social; en el caso del arte, se materializa en su utilidad cultural, su potencia simbólica o su función crítica. Este valor es producto del trabajo concreto del artista, es decir, de un acto laboral singular y cualitativamente específico. Por su parte, el valor de cambio —la proporción en que una mercancía se intercambia por otras— se fundamenta en el trabajo abstracto, esto es, en el gasto indiferenciado de fuerza de trabajo humana medido en tiempo socialmente necesario. La producción capitalista generalizada opera bajo esta lógica de homogenización cuantitativa.

Precisamente aquí reside la paradoja de la obra de arte como mercancía: mientras su valor de uso es innegable, la existencia de un valor de cambio homólogo a su valor (en el sentido estricto de la teoría del valor trabajo) se torna conceptualmente ambiguo. La singularidad irrepetible de la obra y la naturaleza no estandarizable del trabajo creativo impiden establecer una magnitud objetiva basada en el tiempo de trabajo socialmente necesario para su producción. Por lo tanto, el precio de mercado de una obra de arte, lejos de ser un reflejo transparente de su valor, es el resultado de una construcción social compleja donde intervienen mecanismos de escasez artificial, prestigio acumulado y valoración simbólica, desacoplándose así de la ley del valor en su formulación clásica. En Smith, el valor de cambio está determinado por el trabajo individual, pero sigue definido en términos de su capacidad de una mercancía para ser intercambiada, pero esa capacidad para las mercancías producidas de manera capitalistas contiene trabajo abstracto. Sin embargo, el arte varía en esa dimensión.

En el arte digital, esta dualidad se complejiza, pues obras como los NFTs carecen de uso material, pero su valor de cambio se infla artificialmente mediante escasez algorítmica (Harvey, 2018).

- Valor simbólico (Baudrillard, 1979; Bourdieu, 1979): las obras operan como signos que construyen identidad, estatus o pertenencia a grupos elitistas. Por ejemplo, poseer un NFT de un artista consagrado funciona como capital simbólico en comunidades digitales, validando al coleccionista como parte de una vanguardia tecnocultural.
- Valor estético: determinado por criterios históricos y culturales (armonía, innovación técnica, impacto sensorial), este valor suele ser cooptado por el mercado al vincularse a tendencias o "estéticas viralizables" en plataformas como Instagram (Danto, 2003).
- Valor conceptual: radica en la capacidad de la obra para cuestionar paradigmas (p. ej., críticas al capitalismo en el arte generativo con *blockchain*). Este valor, aunque subversivo, puede ser neutralizado cuando instituciones lo absorben como "arte político de moda" (Bishop, 2012).
- Valor económico (precio): síntesis fluctuante de los anteriores, el precio en el arte digital no refleja necesariamente trabajo objetivado, sino especulación, narrativas curatoriales y acceso a tecnologías (ej.: subastas en metaversos con criptomonedas).

Estas dimensiones no son estáticas, sino que se retroalimentan en un circuito donde lo simbólico (Bourdieu) y lo económico (Marx) colisionan. Por ejemplo, el valor conceptual de una pieza de arte algorítmico puede incrementar su valor simbólico, lo que a su vez eleva su precio en el mercado, incluso si su valor de uso es marginal. Esta dinámica revela que, en la era digital, la obra artística es un campo de batalla donde se negocian significados culturales y relaciones de poder, desafiando las categorías clásicas de la economía política.

Para comprender las dinámicas propias del mercado del arte digital, resulta indispensable establecer alusiones y comparaciones sistemáticas con el mercado de arte convencional, en tanto que este último constituye el fundamento ontológico e histórico sobre el cual se erige el primero. El arte convencional —con sus mecanismos de legitimación cultural, jerarquías de valor (estético, simbólico, económico) y estructuras de intermediación (galerías, subastas, críticos)— opera como un dispositivo referencial que permite desentrañar cómo lo digital reproduce, subvierte o amplifica lógicas preexistentes. Por ejemplo, la noción de valor de cambio en Marx (Marx, 1867), es aplicada originalmente a productos físicos, por lo que se pone en tensión en obras que se comercializan a través de la tecnología NFT, mediante la producción de una escasez algorítmica, mientras que el capital simbólico (Bourdieu, 1979) migra a comunidades digitales que consagran prestigio a través de plataformas como

Foundation. Así, el análisis comparativo no solo revela continuidades —como la fetichización de la mercancía (Marx, 1867)—, sino también rupturas epistemológicas, donde lo intangible desafía categorías clásicas de propiedad y autoría (Baudrillard, 1981).

Paradójicamente, estas nuevas formas de fetichización mercantil en el ámbito digital — donde lo intangible desafía las categorías clásicas— no suponen una ruptura con el sistema capitalista, sino su adaptación a la Cuarta Revolución Industrial. La reconfiguración de las relaciones sociales y productivas mediante IA y el *big data* (vg) absorbe la lógica de la escasez algorítmica (NFTs) y la economía del prestigio (Foundation) como dispositivos para expandir la acumulación a dominios antes no mercantilizables, demostrando así la capacidad del capitalismo para cooptar sus propias crisis epistemológicas

En este contexto, la creatividad humana queda subordinada a las exigencias del mercado y a las dinámicas del capital, consolidando un modelo donde la innovación tecnológica se convierte en herramienta para maximizar la rentabilidad, a menudo a expensas de las condiciones laborales y la autonomía creativa.

Para analizar las dinámicas del arte digital en México, este estudio se apoya en un andamiaje conceptual mencionado anteriormente, que articula la economía política con la sociología del arte y los estudios culturales. Estos conceptos permiten comprender la tensión inherente entre la dimensión creativa y las lógicas de mercado que estructuran el campo. Los conceptos a los que se harán alusión a lo largo del estudio son:

La valoración simbólica se entiende como el proceso social mediante el cual un objeto artístico adquiere significado y valía, trascendiendo su utilidad material o costo de producción. Este proceso está ligado a factores como el prestigio del artista, la historia de la obra, su consagración institucional y su capacidad para encarnar identidades y valores culturales compartidos (Bourdieu, 1979). En el contexto mexicano, este concepto resulta crucial para interrogarnos sobre cómo se construye la legitimidad del arte digital en un campo tradicionalmente dominado por formas artísticas consagradas.

Vinculado a lo anterior, el consumo simbólico refiere a la adquisición y uso de bienes no solo por su valor utilitario, sino por su capacidad para comunicar posiciones sociales, gustos y pertenencias identitarias (Baudrillard, 1981). El consumo de arte digital, por tanto, no es un acto neutral; es una práctica mediante la cual el coleccionista o espectador se apropia de significados culturales y proyecta una identidad específica, lo que dota a la obra de una función social activa.

Frente a esta dimensión simbólica, la valoración económica opera como el mecanismo de asignación de un precio monetario en el mercado. Dicho proceso no es puramente objetivo, sino que está influenciado por una compleja red de factores que incluyen la oferta y la demanda, la reputación construida del artista, la intervención estratégica de intermediarios (galerías, curadores) y las expectativas de rentabilidad futura, muchas veces especulativas (Thompson, 2005). La fricción y la interdependencia entre la valoración simbólica y la económica constituyen un núcleo analítico central de esta investigación.

Un fenómeno contemporáneo que redefine estas valoraciones es la mercantilización algorítmica, proceso por el cual las actividades creativas son transformadas en *commodities* gestionados y valorados por algoritmos en plataformas digitales. Este mecanismo implica la codificación del gusto, la automatización de procesos y la subordinación de la producción artística a lógicas de datos y rentabilidad financiera (Pasquinelli, 2019), lo que plantea nuevas formas de alienación y dependencia para los creadores.

Estas dinámicas de mercado impactan directamente las condiciones de vida de los artistas. La flexibilización laboral, entendida como el proceso de desregulación de las relaciones de trabajo, se traduce en la pérdida de estabilidad, seguridad social y derechos laborales básicos (De la Garza Toledo, 2013). En el ecosistema del arte digital, esto se manifiesta en la ausencia de contratos formales, ingresos irregulares y una creciente dependencia de proyectos puntuales y plataformas inestables.

Como consecuencia directa de lo anterior, la precarización describe la situación concreta de inseguridad e inestabilidad que padecen los trabajadores creativos, caracterizada por bajos ingresos, falta de protección social y condiciones de trabajo desfavorables (Standing, 2011).

En el arte digital, la naturaleza intangible del producto y la globalización de la competencia agudizan esta precariedad, generando una vulnerabilidad estructural que compromete la sostenibilidad de las carreras artísticas.

Finalmente, el capital simbólico —el conjunto de recursos intangibles como el prestigio, el reconocimiento y la autoridad cultural— funciona como una moneda de cambio fundamental dentro del campo del arte (Bourdieu, 1979). La acumulación de este capital, aunque no es directamente económica, es convertible en oportunidades, visibilidad y, en última instancia, en valor económico. La lucha por su acumulación define las trayectorias de los artistas y estructura las jerarquías del campo del arte digital mexicano.

Existen términos propios del tema, que más allá de ser conceptos, son anglicismos, y están señalados en un paréntesis (vg), recomendamos leer el glosario de términos para poder entender algunos párrafos.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: EXPLORANDO LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO

Esta investigación se sitúa en la intersección entre la economía política del desarrollo y los estudios culturales, con el objetivo de analizar las dinámicas de producción y consumo del arte digital en México. El estudio parte de la premisa de que este fenómeno artístico no puede comprenderse de forma aislada, sino que está profundamente imbricado en estructuras económicas, sociales y culturales específicas que le otorgan sentido y determinan sus trayectorias. Para captar esta complejidad, se optó por un enfoque metodológico cualitativo, privilegiando la comprensión en profundidad de las experiencias, estrategias y percepciones de los propios actores que conforman este incipiente campo.

La evidencia primaria se construyó a partir de siete entrevistas semiestructuradas a actores clave del ecosistema del arte digital mexicano, seleccionados por su relevancia y trayectoria, con el fin de capturar una diversidad de posiciones dentro del campo. La muestra incluyó a cinco artistas digitales, la curadora especializada Doreen Ríos y el investigador Sergio Cortés. El reclutamiento se realizó por correo electrónico, detallando los propósitos académicos del estudio. Las entrevistas, conducidas también por esta vía durante 2023, se guiaron por un

protocolo de 15 preguntas abiertas (Anexo A), diseñado para explorar cinco dimensiones analíticas clave: 1) perfil y trayectoria profesional; 2) procesos creativos y apropiación tecnológica; 3) dinámicas de mercado y estrategias de comercialización; 4) percepciones sobre el valor y los procesos de legitimación; y 5) retos estructurales y oportunidades en el contexto mexicano. Este formato permitió a los participantes elaborar sus respuestas con libertad y reflexión.

Como fuentes secundarias, se consultó un corpus integrado por literatura académica fundamental, informes de mercado, producción hemerográfica y datos estadísticos oficiales. Destacan los estudios teóricos sobre la economía política del arte y la cultura (Bourdieu, 1979; Marx, 1867), análisis específicos sobre el mercado del arte digital y tecnologías asociadas como los NFTs (El Mural de los Poblanos, 2022), estadísticas del sector cultural mexicano (INEGI, 2023) e investigaciones sobre prácticas artísticas digitales e identidad cultural (García Canclini, 2019).

El análisis de los datos se desarrolló en dos fases articuladas. Primero, se realizó un análisis temático de las transcripciones para identificar patrones discursivos recurrentes, tensiones y temas emergentes en las narrativas de los artistas. En una segunda etapa, se procedió a un análisis comparativo sistemático, contrastando estos testimonios con el marco teórico y la información de las fuentes secundarias. Este ejercicio permitió triangular las experiencias subjetivas con las dinámicas estructurales del campo.

El marco analítico se nutrió de manera crítica de la economía política y los estudios culturales, articulando conceptos de Marx, Bourdieu y García Canclini para comprender a los artistas digitales como sujetos sociales. Desde esta perspectiva, se les conceptualiza como agentes cuyas prácticas creativas están insertas en un campo social complejo, condicionado por factores económicos, relaciones de poder y coordenadas culturales.

El análisis se centró en develar cómo las lógicas de acumulación capitalista y los procesos de mercantilización moldean la producción, circulación y consumo del arte digital. Conceptos como valor de uso y valor de cambio, plusvalía y subsunción del trabajo creativo al

capital (Marx, 1867) fueron movilizados para interrogarnos sobre cómo la creatividad deviene mercancía y cómo estas transformaciones inciden en la precarización laboral de los artistas.

Simultáneamente, se entendió el campo del arte digital como un espacio social estructurado por jerarquías y luchas por el reconocimiento (Bourdieu, 1979). En este sentido, se examinó el papel de las instituciones (museos, galerías), los intermediarios (curadores, críticos) y los mecanismos de consagración (premios, exposiciones) en la construcción del valor simbólico y económico de las obras.

Finalmente, se incorporaron las contribuciones de los estudios culturales (García Canclini, 1990) para examinar las tensiones entre lo local y lo global, así como las formas en que el arte digital negocia y performa la identidad cultural mexicana en un contexto de transformaciones tecnológicas aceleradas. Esto permitió explorar cómo se reconfiguran las prácticas culturales en la intersección entre lo tradicional y lo contemporáneo.

CAPÍTULO 1: FUNDAMENTOS HISTÓRICOS Y DINÁMICAS DEL MERCADO DEL ARTE CONVENCIONAL Y DIGITAL

El mercado del arte digital ha emergido como un espacio dinámico y disruptivo dentro de la economía global, transformando las formas tradicionales de producción, distribución y consumo de obras artísticas. Desde una perspectiva de la economía política, este fenómeno no solo refleja la creciente integración de la tecnología en las actividades culturales, sino que también pone en evidencia las tensiones entre los valores simbólicos, estéticos y económicos del arte en un entorno digital. Al explorar las dinámicas del mercado del arte digital, es crucial comprender cómo las relaciones de poder, los mecanismos de valoración y las estructuras de propiedad configuran el acceso, la distribución y la legitimidad de estas nuevas formas de expresión artística.

Este capítulo aborda aspectos históricos necesarios para analizar el mercado del arte digital desde una perspectiva anclada en los principios de la economía política. Partiendo de la historia de la formación del mercado de arte convencional, para poder comprender conceptos clave como la acumulación de capital, las dinámicas de mercado y las relaciones de producción cultural, se examinan las interacciones entre los artistas digitales, intermediarios, plataformas tecnológicas, coleccionistas y consumidores. Asimismo, se discuten las implicaciones de fenómenos contemporáneos como los *NFTs (tokens no fungibles)* y su impacto en la redefinición del valor económico y simbólico del arte, ofreciendo un marco analítico para comprender los cambios estructurales que caracterizan este mercado que se encuentra en constante expansión, reconfiguración y cambio.

1.1 HISTORIA DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE CONVENCIONAL Y DIGITAL

1.1.1 Evolución histórica del mercado del arte: del convencional al digital

En esta parte del estudio tomaré diferentes autores para dar un panorama general histórico de los elementos primordiales que componen el mercado del arte convencional y digital, anteriormente mencionados:

Como señala García Morcillo (2005), el mercado del arte, lejos de ser un fenómeno moderno, ha sido históricamente lucrativo, con raíces que se remontan incluso a la Antigüedad clásica: “En la época romana se consolidó un mercado de compraventa de piezas artísticas, entre ellas las subastas públicas de venta de botines y rapiñas, fruto del expansionismo militar romano. Con ello, las clases pudientes romanas obtuvieron una nueva forma de adquirir objetos artísticos” (p. 34). Este proceso revela que, desde sus orígenes en la antigua Grecia y Roma, los objetos artísticos trascendieron su función utilitaria inicial —como vasijas rituales o estatuas conmemorativas— para convertirse en símbolos de estatus y poder, marcando el tránsito hacia su valoración como bienes decorativos y mercantiles. La práctica romana de subastar botines de guerra, por ejemplo, no solo comercializaba obras, sino que institucionalizó un sistema de valoración económica vinculado al prestigio imperial, sentando precedentes para el mercado medieval y renacentista, donde el arte consolidó su dualidad como producto cultural y activo financiero (Bourdieu, 1979; Marx, 1867). Así, la historicidad del arte como mercancía se arraiga en dinámicas de conquista, acumulación y distinción social que anticiparon las lógicas capitalistas contemporáneas.

La distinción entre arte y artesanía es un fenómeno moderno que surge de transformaciones sociales, económicas e intelectuales. En la Antigüedad clásica, como en la Grecia del siglo V a.C., no existía una separación conceptual entre ambas: ceramistas, escultores y pintores eran considerados *technites* (artesanos), y sus obras, aunque valoradas por su belleza, cumplían funciones utilitarias o rituales (Blas, 2005). Esta unión persistió durante la Edad Media, donde artistas y artesanos —desde iluminadores de manuscritos hasta talladores de piedra— pertenecían a gremios y se regían por normas colectivas, sin pretensiones de autoría individual (Gombrich, 2013). La ruptura comenzó en el Renacimiento, cuando teóricos como León Battista Alberti (1404-1472) defendieron la intelectualización del arte, argumentando que la creación debía basarse en principios matemáticos y teóricos, no solo en destreza manual. Este cambio elevó socialmente a figuras como Miguel Ángel o Leonardo da Vinci, quienes, aunque trabajaban en talleres con aprendices, fueron mitificados como «genios» separados de los oficios «viles».

La consolidación de la división ocurrió en el siglo XVIII con el surgimiento de las academias de arte, que institucionalizaron la jerarquía entre «artes mayores» (pintura, escultura) y «menores» (cerámica, textiles). La Revolución Industrial exacerbó esta brecha: mientras el arte se asoció a la expresión individual y lo sublime, la artesanía quedó relegada a

la producción seriada o utilitaria, despojada de aura creativa. No obstante, movimientos como el *Arts and Crafts* (siglo XIX) cuestionaron esta dicotomía, reivindicando el valor estético y ético del trabajo manual frente a la deshumanización industrial. En la actualidad, aunque persisten diferencias —el arte prioriza la unicidad y el cuestionamiento conceptual, mientras la artesanía enfatiza funcionalidad y técnica—, campos como el diseño o el arte digital desdibujan estos límites, recordando que, en esencia, ambos comparten raíces en la creatividad humana.

Aunque ambos conceptos comparten la creación de objetos con valor estético, difieren en su propósito, proceso de producción y función social.

El arte se caracteriza por ser una manifestación de la creatividad individual del artista, cuyo objetivo principal es expresar ideas, emociones o una visión del mundo. Las obras de arte suelen ser únicas y buscan provocar una reacción emocional o intelectual en el espectador. De acuerdo con Bourdieu y Jhonson (1993), el campo artístico opera bajo una lógica de producción simbólica, donde el valor económico de la obra está determinado por su reconocimiento dentro del campo cultural y no necesariamente por su utilidad práctica.

Por otro lado, la artesanía implica la creación de objetos que combinan una función utilitaria con un valor estético. Los artesanos dominan técnicas tradicionales y producen bienes que, aunque pueden ser ornamentales, están destinados a un uso práctico en la vida cotidiana. Sennett (2008) destaca que la artesanía se centra en la calidad del trabajo realizado por el artesano, enfatizando la habilidad y el conocimiento técnico aplicados en la producción de objetos funcionales.

El arte, al ser considerado una expresión única y simbólica, se inserta en un mercado donde el valor económico está influenciado por factores como la reputación del artista, la crítica especializada y las instituciones culturales. En contraste, la artesanía se relaciona más directamente con mercados locales y economías tradicionales, donde el valor de los productos está más vinculado a su funcionalidad y a la preservación de técnicas culturales específicas. Mientras que el arte se orienta hacia la expresión simbólica y la innovación estética, la artesanía se enfoca en la producción de objetos funcionales que integran valor estético y utilidad práctica, reflejando tradiciones culturales y habilidades técnicas transmitidas generacionalmente. Lo

descrito anteriormente, no asigna un significado unívoco a cada concepto (arte y artesanía), ya que pueden existir combinaciones en las que la funcionalidad, característica de la artesanía, se integra con los valores simbólicos propios del arte, o viceversa. Sin embargo, proporciona una guía para establecer una diferenciación entre ambos.

La posición social del artista —entendida como su prestigio, red de contactos y capital simbólico acumulado— emerge como un factor determinante en la valoración económica de su obra, fenómeno recurrente en mercados artísticos tanto convencionales como digitales, esta posición social, ha experimentado transformaciones significativas desde el Renacimiento, periodo en el que surge el mito del artista como figura destacada, ejemplificado en los grandes maestros de dicha época como Miguel Ángel, Leonardo Da Vinci, Donatello (en el renacimiento italiano). Durante ese periodo, el mecenazgo jugaba un papel central en el desarrollo de la carrera artística. De acuerdo con Ruíz (2011), esto se puede constatar a través de una carta, en donde el duque de Milán expresaba estar igualmente orgulloso de tener a Leonardo da Vinci, quien trabajaba bajo su servicio, que de su palafrenero español (p. 18). Esta comparación subraya la condición del artista como un servidor dentro del sistema feudal —burgués de la época, esto no significaba que las piezas artísticas carecieran de creatividad e ingenio, pero de cierta manera estaban supeditadas a las órdenes de los mecenas.

Así, el mecenazgo renacentista (siglos XV y XVI) establecía una relación de dependencia entre el artista y su patrocinador, quien dictaba no solo las condiciones económicas, sino también los temas y formas de expresión de las obras. La calidad técnica era prioritaria, requiriendo una ejecución impecable tanto en lo estético como en lo figurativo, siempre alineada con los estándares de la época. Las temáticas predominantes incluían motivos religiosos, bodegones y retratos de la monarquía, reflejando las prioridades ideológicas y culturales del periodo.

Cabe mencionar que la práctica del mecenazgo también tiene sus principales raíces en la antigua Grecia y Roma. “En la Roma clásica, figuras como Cayo Cilnio Mecenas, de quien deriva el término "mecenazgo", apoyaron a poetas como Virgilio y Horacio, sentando las bases de una tradición que influiría en el Renacimiento” (Nicols, 2013, p. 45).

Además, en este contexto, el mercado artístico romano destacó por la proliferación de copias de obras griegas, más accesibles que los originales, estableciendo así un precedente para la reproducción y distribución masiva del arte. Según Cicerón, ya existían redes de mercado y marchantes destacados, mientras que las subastas, denominadas *auctio* (de donde proviene el término anglosajón *auction*), seguían procedimientos similares a los que se manejan actualmente, como la convocatoria pública y la publicidad mediante folletos (Ruiz, 2011, p. 28).

Posterior al Renacimiento, correspondientes al Barroco y al Rococó durante los siglos XVII y XVIII, el mecenazgo continuó siendo un factor clave en la producción artística. Monarcas como Luis XIV, en Francia, utilizaron su posición para promover las artes en la corte de Versalles, consolidando nuevamente el arte como un instrumento de poder y prestigio político. La Iglesia Católica y las monarquías europeas también desempeñaron un papel crucial como patrocinadores durante este periodo, fortaleciendo la conexión entre arte, poder y economía (Rupert, 2001).

Asimismo, debemos de considerar otro elemento que es una constante en el mercado del arte convencional y digital: las subastas. Las primeras subastas de arte, que se remontan al siglo II a. C. (Boutique, 2015, p. 6). Este método de venta, no solo se aplicaba a obras de arte, sino también a bienes diversos, incluyendo personas. Belmonte (2008), menciona al respecto: en la antigua Roma, las subastas de mujeres en edad casadera se realizaban como pasarelas, donde los hombres ofrecían mayores cantidades por aquellas que cumplían con los estándares de belleza de la época. De manera similar, la venta de esclavos seguía este formato, aunque con fines distintos. Estos antecedentes ilustran cómo la dinámica de compraventa en subastas estaba profundamente arraigada en las estructuras económicas y sociales de la sociedad (p. 2).

Esta manera de compra — venta, toma un mayor auge en el siglo XVIII (Barroco y Rococó), cuando aparecieron las dos grandes casas de subastas que hoy conocemos y que continúan con su legado de presencia y reconocimiento en el mercado del arte: *Sotheby's*, el 11 de marzo de 1744, y *Christie's*, el 5 de diciembre de 1766. Durante este periodo, el mercado del arte experimentó un crecimiento constante. Inicialmente, estas casas ofrecían cuatro tipos de productos en sus subastas: obras de arte, muebles, joyas y vino. Actualmente, ambas cuentan

con más de 84 categorías (Belmonte, 2008, p. 3). Su influencia es tal que algunas de las casas de subastas más reconocidas en México son filiales de estas grandes firmas: *Sotheby's México* y *Christie's México*. Asimismo, Morton Subastas y la Casa de Subastas Louis C. Morton se consideran entre las más importantes del país.

Las casas de subastas han desempeñado un papel fundamental en la venta de arte, tradicionalmente enfocándose en cuadros y otras obras tangibles que incluyen certificados de originalidad. Estos certificados son esenciales para asegurar la autenticidad y el valor económico de una pieza, ya que garantizan que la obra es original y no una copia, y además es una constante en el mercado del arte convencional y digital.

Con la llegada del arte digital, estas casas de subastas han expandido su alcance para incluir la venta de *NFTs (tokens no fungibles)*. Los *NFTs* actúan como un equivalente digital de los certificados de autenticidad, asegurando que el comprador posee una versión única de la obra, incluso en su formato digital.

Estas tecnologías no solo representan una innovación en la forma en que se intercambia el arte, sino también impactan profundamente las estructuras económicas y las relaciones de poder dentro del mercado del arte. Como menciona McAndrew (2021), las casas de subastas tradicionales han aprovechado el potencial de los *NFTs* para atraer a nuevos coleccionistas y artistas, generando un mercado híbrido donde coexisten obras tangibles y digitales. Sin embargo, esta concentración de poder en pocas instituciones plantea interrogantes sobre la equidad y la inclusión en el mercado.

Un aspecto clave a considerar es si los *NFTs* democratizan el acceso al mercado del arte o, por el contrario, refuerzan las barreras existentes. Según Velthuis (2005), el mercado del arte ha sido históricamente elitista, favoreciendo a un grupo reducido de artistas y coleccionistas. Aunque los *NFTs* permiten a los artistas digitales monetizar su trabajo de manera directa, también surgen nuevos intermediarios, como las plataformas de *NFT*, que cobran comisiones significativas y pueden excluir a artistas con menos recursos.

Además, los *NFTs* tienen implicaciones éticas y ambientales que no deben ignorarse. La tecnología *blockchain*, que respalda los *NFTs*, consume grandes cantidades de energía, contribuyendo a la crisis climática (Purtova, 2022). Esto plantea preguntas sobre la sostenibilidad de este modelo en un contexto global de preocupación por el cambio climático.

Además de las implicaciones éticas y ambientales asociadas con la tecnología *blockchain*, las casas de subastas han adoptado el arte digital y los *NFTs* no solo por su capacidad para garantizar unicidad y autenticidad, sino también porque reflejan y se adaptan a las dinámicas del mercado contemporáneo y la atracción de nuevos públicos.

Se sabe, que las primeras ventas realizadas por las casas de subastas no estuvieron enfocadas en el arte, sino más bien en libros raros, manuscritos y colecciones privadas de bibliotecas. Por ejemplo, la casa de subastas *Sotheby's*, fundada en 1744 por Samuel Baker, comenzó su actividad con la venta de una biblioteca de libros raros perteneciente a Sir John Stanley⁷. Esta subasta marcó el inicio de la empresa como un comerciante de libros antes de expandirse a otros tipos de bienes, incluyendo obras de arte.⁸

Christie's, fundada en 1766⁹ por James Christie, también comenzó vendiendo una amplia gama de objetos, como muebles, artículos de decoración, joyas y, eventualmente, pinturas. Actualmente, en su sitio en línea, en la sección “Acerca de Nosotros”, dice:

Christie's ha vendido 7 de las 10 colecciones de un solo propietario más importantes de la historia, ha conseguido el precio récord mundial para una obra de arte en subasta, ha lanzado la primera plataforma de subastas íntegramente *blockchain* dedicada al arte *NFT* excepcional y gestiona un fondo de inversión para apoyar a startups innovadoras en el mercado del arte.

⁷ <https://www.sothebys.com/en/about/our-history>

⁸ Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, Octubre 30). *Sotheby's*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/Sothebys>

⁹ <https://www.christies.com/en/about/overview>

Es una de las casas de subastas pioneras en incorporar los *NFT* como parte de su catálogo de ventas, adaptándose rápidamente a las nuevas tendencias del mercado digital y ampliando su oferta para incluir estos activos digitales únicos.

Las subastas de arte se hicieron más prominentes a medida que la demanda por estos objetos aumentó, y a lo largo del tiempo, el arte se convirtió en una parte significativa de las actividades de estas casas. La exclusividad de las obras y su autenticación, ofrecen confianza al comprador, mientras que el mercado impulsa estas transacciones debido al valor simbólico y económico que adquieren las piezas artísticas, especialmente en un contexto donde el arte se considera tanto una inversión financiera como un objeto de prestigio cultural.

Coincidiendo con lo señalado por Marx, citado en Thompson (2005:28): “Las obras de arte, que representan el nivel más elevado de producción espiritual, serán acogidas favorablemente por la burguesía únicamente si hay posibilidades de que le generen directamente una riqueza material.”

Las subastas, como forma de compra y venta, van de la mano con otro elemento que podemos encontrar en el mercado del arte convencional y digital, el coleccionismo. De acuerdo con Boutique (2015), es a partir del siglo XIX en Francia, cuando comenzaron las grandes muestras artísticas y el gran coleccionismo privado, los marchantes de arte dejaron de ser simples comerciantes ambulantes, artistas que practicaban a escondidas el comercio del arte o figuras marginales y carentes de prestigio. Ahora, como profesionales interpretaron, influyeron e inventaron el mercado del arte del siglo XX (p. 12).

Esta combinación de elementos que van acompañados el uno del otro (mecenazgo — subastas — marchantes — coleccionismo), se modifica con el paso del tiempo o se nombra de manera distinta, por ejemplo el mecenazgo continuó desempeñando un papel importante en el mundo del arte, aunque experimentó una transformación significativa con el auge de la burguesía¹⁰. En lugar de depender exclusivamente de la nobleza, muchos artistas empezaron a

¹⁰ El término "burguesía" surge en la Europa medieval (siglos XI-XII) a partir de la palabra francesa *bourgeois* (habitante del burgo, es decir, de las ciudades). Designaba a los habitantes libres de los burgos (ciudades amuralladas) que no pertenecían a la nobleza ni al clero, sino que se dedicaban al comercio, la artesanía o las finanzas. Sin embargo, su significado teórico y político se consolidó en el siglo XVIII con la Ilustración y,

recibir apoyo de la próspera clase media, lo que no solo diversificó las fuentes de financiación, sino que también influyó en las temáticas y estilos artísticos, reflejando los intereses y valores de estos nuevos mecenas.

Este cambio en el modelo de mecenazgo burgués no solo democratizó parcialmente el acceso al financiamiento artístico, sino que sentó las bases para la institucionalización del arte como bien cultural intercambiable. Así, la burguesía, al consolidar su poder económico, trascendió el apoyo individual a artistas para crear estructuras más formales: las galerías. Estos espacios emergieron como extensiones naturalizadas de su influencia, transformando la intermediación esporádica en un sistema profesionalizado que, paulatinamente, codificó normas de valoración, exhibición y comercialización. De este modo, el mecenazgo decimonónico evolucionó hacia un entramado socioeconómico donde el arte —ahora mediado por figuras como el marchante— comenzó a operar bajo lógicas mercantiles que persisten, aunque matizadas, en la contemporaneidad (Boutique, 2015:15).

En la actualidad, las galerías, que también son una constante en el mercado del arte convencional y digital, suelen operar como pequeñas empresas con estructuras compactas y personal limitado, ajustado al volumen de ventas. Generalmente, son gestionadas por un director o propietario, quien asume el rol de intermediario y marchante entre artistas y compradores, consolidando su papel en la dinámica del mercado del arte.

Aunque algunas galerías han crecido hasta operar en múltiples países y podrían considerarse empresas medianas, sus actividades principales siguen girando en torno a las exposiciones. Estas prácticas culturales, generalmente abiertas al público y gratuitas, ofrecen un espacio donde los asistentes asumen diversos roles: espectadores, críticos, profesionales del arte o potenciales compradores, fomentando la interacción y el intercambio cultural.

Las galerías desempeñan un papel clave como intermediarias que impulsan la visibilidad y comercialización de estas obras. Históricamente enfocadas en el arte tangible, muchas han adaptado sus modelos de negocio para responder al auge del arte digital. Ahora

posteriormente, en el siglo XIX con el análisis de Karl Marx, quien lo popularizó en obras como *El Manifiesto Comunista* (1848).

organizan exposiciones virtuales, utilizan plataformas en línea para promocionar obras, y colaboran con artistas digitales en la creación de ediciones limitadas o *NFTs (tokens no fungibles)*.

Este modelo híbrido de galerías —que combina la herencia de las exposiciones tangibles con la innovación digital— refleja una evolución tecnológica y cultural en la mediación artística. Así como las galerías convencionales trascendieron fronteras geográficas sin abandonar su esencia expositiva, en el arte digital han logrado preservar su rol de legitimación y circulación, aunque transformando sus herramientas. La interacción pública, antes limitada al espacio físico, ahora se expande a entornos virtuales donde espectadores y coleccionistas coexisten en plataformas globales.

Particularmente, la historia de las galerías de arte en México tiene características particulares que reflejan el contexto cultural y artístico del país. Su origen se remonta a 1935 con la inauguración de la Galería de Arte Mexicano (GAM) en la Ciudad de México, fundada por Carolina Amor y posteriormente consolidada por su hermana, Inés Amor. Esta galería fue pionera y se convirtió en una de las más influyentes para la vida artística de la ciudad, desempeñando un papel crucial en la consolidación del comercio interno de arte y en la expansión de espacios de exhibición para el naciente arte mexicano. Su creación respondió a la necesidad de contar con lugares alternativos a los oficiales para la exposición de obras, brindando a los artistas la posibilidad de independizarse de los encargos provenientes del sector público, especialmente de la Secretaría de Educación Pública (SEP) (Garduño, 2013).

Este legado de innovación y autonomía artística iniciado por la Galería de Arte Mexicano en el siglo XX encuentra un eco contemporáneo en la emergencia de espacios dedicados al arte digital, los cuales, aunque operan en un contexto tecnológico radicalmente distinto, heredan la vocación de desafiar los circuitos hegemónicos de producción y exhibición. Así como la GAM ofreció alternativas a los encargos institucionales de la SEP, plataformas como Objkt, Antimateria, el Centro Multimedia y el proyecto curatorial Janet40 (Marmolejo, 2024; Ríos, 2024; Constantini, 2024) representan actualmente una nueva frontera de independencia institucional, adaptando modelos de mediación a realidades donde lo digital redefine tanto la materialidad de las obras como las dinámicas de consumo. Estas galerías no

solo amplían el espectro expositivo, sino que también resignifican la relación entre artista, institución y público, perpetuando, en clave tecnológica, la búsqueda de autonomía que marcó el origen de las galerías en México.

Uno de los lugares pionero en arte digital en México, de acuerdo con Costantini (2024), era un espacio denominado *Cyberlounge*, que en entrevistas con Natalia Marmolejo y Doreen Rios, también mencionaron su importancia como un espacio pionero en arte digital en México:

Teníamos el *Cyberlounge*¹¹ que era un espacio museístico, dedicado a exhibiciones retrospectivas de artistas pioneros en el *net art*, teníamos 8 computadoras que estaban dedicadas a la obra del artista, en un espacio físico, es decir, no tenía que estar la gente desde su computadora tratando de acceder, pero esto también es un interés para la formación de públicos; antes estos públicos eran los que llegaban a los museos a ver obras de arte y de repente encontraban que parte de la oferta era el arte digital creado en internet, es decir, el programa curatorial era todo lo basado en pantalla, desde *net art*, *software art*, *video game art (vg)*, video experimental, todo lo que estaba basado en datos y pantalla, no había instalaciones físicas.

La trayectoria del arte como fenómeno socioeconómico evidencia una transición paradigmática de sus procesos de producción, exhibición y consumo del arte digital: desde la materialidad del aura —arraigada en soportes físicos y circuitos locales de intercambio— hacia una economía digitalizada, donde la obra se torna intangible a través algoritmos, tokens y flujos de datos globales. Este proceso, lejos de ser lineal, responde a condicionantes sociopolíticos (emergencia de nuevas clases consumidoras), económicos (financiarización del arte) y tecnológicos (*blockchain*, inteligencia artificial), que han reconfigurado los roles de artistas, intermediarios y consumidores.

La irrupción del arte digital y los NFTs (*tokens no fungibles*) no solo cuestiona nociones clásicas como autenticidad —al resolver técnicamente el problema de la reproductibilidad

¹¹ El *Cyberlounge* fue un espacio icónico en la Ciudad de México, ubicado dentro del Centro Nacional de las Artes (CENART). Operó desde finales de los años 90 y se consolidó como un punto de encuentro entre la tecnología, el arte y la cultura digital.

infinita (Benjamin, 1936)—, sino que deslocaliza la creación y el consumo artístico. Plataformas descentralizadas, galerías virtuales y metaversos constituyen un ecosistema donde la obra existe simultáneamente como: experiencia artística (algoritmos generativos), activo especulativo (mercados secundarios de cryptoarte) y una forma de manifiesto político (decolonialidad digital, resistencia a la homogeneización cultural).

Esta metamorfosis genera paradojas: mientras los *NFTs* garantizan propiedad intelectual mediante *blockchain*, su lógica mercantil reproduce desigualdades propias del arte tradicional (elitización, brechas Norte — Sur). Así, los actores del campo —artistas, curadores, legisladores— enfrentan el reto de negociar entre memorias (preservación de técnicas ancestrales) y futuros posibles (como modelos de gobernanza colectiva), en un contexto donde lo "valioso" oscila entre el aura simbólica y el hash criptográfico.

Esta interconexión entre arte, economía y política no es fortuita, sino el resultado de acontecimientos históricos que han catalizado la redefinición del valor, la autoría y la circulación del arte digital. Para comprender esta dinámica, es necesario analizar como eventos como las crisis financieras globales, el auge de las criptomonedas, las políticas culturales neoliberales y las tensiones geopolíticas por el control de la infraestructura digital han operado como dispositivos de transformación. Estos fenómenos, lejos de ser meros antecedentes, han reconfigurado las estructuras de poder en el ecosistema artístico, permitiendo que prácticas como los *NFTs* o el arte generativo emergieran no solo como innovaciones técnicas, sino como respuestas sintomáticas a un orden global en transición. Así, el arte digital se revela tanto como producto de su tiempo cuanto como agente crítico de las contradicciones del capitalismo.

1.1.2 Coyunturas económicas y políticas: su incidencia en la evolución global del arte digital

Algunos de los principales acontecimientos históricos en el ámbito económico y político que han influido y van de la mano con el desarrollo del arte digital de manera global son:

En 1943, el científico británico Alan Turing desarrolló el *Colossus*, un dispositivo electrónico diseñado para descifrar los mensajes encriptados de los alemanes durante la Segunda Guerra Mundial. De manera paralela, en Estados Unidos se creó la máquina ENIAC, cuyo propósito inicial era realizar cálculos balísticos para la artillería. Tras finalizar la guerra,

la ENIAC fue adaptada para usos civiles, como el conteo de votos electorales (Copeland, 2020:6 — 7), estos primeros desarrollos tecnológicos, sentaron las bases de los computadores portátiles actuales, tuvieron un origen militar, respondiendo a la necesidad de realizar cálculos rápidos y mejorar la comunicación efectiva en contextos bélicos.

Esta dualidad entre innovación bélica y adaptación civil no solo transformó la infraestructura tecnológica, sino que también sembró las bases para un cambio paradigmático en la relación entre máquina y creatividad humana. Los avances derivados de Colossus y ENIAC —cuyo legado se materializó en la democratización progresiva de la computación— permitieron que, hacia la década de 1950, artistas visionarios comenzaran a ver en las redes emergentes no solo herramientas de cálculo, sino espacios de experimentación estética. Así, la misma tecnología gestada para cifrar mensajes o calcular trayectorias balísticas se reconvirtió en un lienzo digital, donde el *net art* emergió como respuesta crítica y lúdica a un mundo cada vez más interconectado (Prada, 2012). De este modo, el salto de lo militar a lo civil trascendió lo utilitario para abrazar lo simbólico.

A partir de 1965, se realizaron las primeras exposiciones de gráficos generados por ordenador, destacando las obras de los artistas alemanes Georg Nees, Frieder Nake y el estadounidense Michael Noll (Nees, 1969/2006: 14 -16). En esta etapa inicial, los artistas digitales debían tener conocimientos de programación para producir gráficos, lo que limitaba el acceso a esta tecnología principalmente a científicos y expertos en computación. Por tanto, el uso de ordenadores para la creación artística era sumamente complejo y estaba fuera del alcance de la mayoría de la población.

A partir de la década de 1970, se produjo un auge en el desarrollo de la Computación Gráfica gracias a la invención del ordenador personal y la aparición de *software* especializado en diseño gráfico, lo que abrió nuevas posibilidades para la creación artística. En 1977, *Apple* lanzó el *Apple II*, el primer ordenador orientado al uso doméstico, y en 1981, IBM presentó su primer modelo de PC (Gordon, 2004: 40). Más adelante, hacia 1984, surgieron los primeros sistemas operativos con interfaces gráficas diseñadas pensando en la experiencia del usuario, como el *Macintosh* de *Apple* y el *Windows 1.0* de *Microsoft*, marcando el inicio de una nueva era en la accesibilidad y el uso creativo de la tecnología (Gordon, 2004: 45).

Esta ampliación tecnológica de los años 70 y 80 —con ordenadores domésticos e interfaces intuitivas— no solo revolucionó la productividad cotidiana, sino que también convirtió la pantalla en un lienzo. La accesibilidad a *software* de diseño a través de interfaces gráficas pronto fue reinterpretada por artistas que vislumbraron en ellas un medio de expresión inexplorado. Así, la misma tecnología que simplificaba cálculos o gestiones administrativas se transformó en un espacio de experimentación estética, donde lo digital dejó de ser un mero instrumento técnico para erigirse como lenguaje artístico autónomo. En este contexto de transición, figuras como Andy Warhol —un artista ya consagrado en el arte hegemónico— encarnaron el puente entre dos eras. Una de las primeras obras consideradas como arte digital contemporáneo fue creada por Warhol en 1985. Utilizando el *software* del *Commodore Amiga 1000*, Warhol produjo 28 piezas artísticas, experimentando con gráficos digitales en una interfaz que podría compararse con una versión temprana de programas de edición de imágenes como *Photoshop* (García, 2014).

Más adelante, en 1990, la expansión de Internet y el surgimiento de la *World Wide Web* revolucionaron la distribución del arte digital, facilitando su acceso a escala global. Este avance dio lugar a nuevas formas de expresión artística, como el *Net Art*, un movimiento pionero que utilizaba los sitios web como espacios creativos para albergar imágenes audiovisuales e interactuar con espectadores de cualquier parte del mundo. Con el progreso en el desarrollo de *software* y *hardware*, surgieron los primeros entornos interactivos y las experiencias iniciales con dispositivos de realidad virtual, marcando un hito en la evolución de las prácticas artísticas digitales y ampliando significativamente las posibilidades creativas.

Más adelante, en 1996, surgen plataformas como Rhizome¹², que se consolidan como espacios clave para explorar y difundir la cultura de la red. Durante este periodo, se introducen diversos términos relacionados, como *online art*, *internet art*, *web art* e *internet-based art*, entre otros, que, aunque presentan diferencias conceptuales, pueden agruparse bajo un enfoque pragmático para comprender el fenómeno en su conjunto (Prada, 2012:13).

¹² Rhizome.org

A comienzos del siglo XXI, la digitalización y la globalización impulsaron la circulación masiva de obras y artistas, ampliando el acceso a los medios digitales y ampliando el impacto global de la producción artística. Un hito clave fue el surgimiento en 2001 de la Web 2.0 o "web participativa" (Prada, 2012, p. 22), un modelo caracterizado por plataformas que facilitaban la interacción bidireccional entre usuarios-artistas y receptores-espectadores.

Este paradigma transformó radicalmente la dinámica tradicional del arte en línea: mientras que en los primeros portales .com existía una clara distinción entre el emisor (quien producía y difundía la obra) y el receptor (quien la consumía pasivamente), la Web 2.0 borró estos límites. Las nuevas plataformas permitieron que espectadores y artistas colaboraran activamente, dando lugar a obras artísticas cocreadas donde ambos roles se fusionaban en un proceso colectivo.

En el 2008, hay una gran crisis económica global, marcada por el colapso financiero del 15 de septiembre, incentivó una mayor inversión en bienes digitales y alternativas para monetizar el arte (Foresta, 1995). Al mismo tiempo, surgieron redes sociales que impulsaron una nueva era de hiperconectividad digital, cambiando la forma en que el arte era distribuido y consumido. Es a partir del 2010, las plataformas en línea y redes sociales revolucionaron la visibilidad y comercialización del arte digital. Ofrecieron un alcance masivo y nuevas oportunidades para la monetización directa, presentándose como una forma de arte que promueve la accesibilidad y fomenta una experiencia más participativa e inclusiva.¹³

En el año 2014, se acuña el término Web 3.0. Según Tim Berners-Lee, uno de los creadores de la *World Wide Web* (vg), la denominada web 3.0 se caracteriza por la integración de datos provenientes de diversas fuentes y su presentación de manera más significativa para los usuarios. Esto implica la capacidad de las máquinas para interpretar información, permitiendo una experiencia web más inteligente y adaptada a las necesidades individuales de los usuarios. La descentralización es uno de los pilares fundamental de la *Web 3.0*, lo que significa un mayor control y propiedad de los datos por parte de los usuarios, en contraposición

¹³ La monetización del arte digital no es completamente participativa y democrática debido a las barreras económicas y tecnológicas. Las plataformas de *NFTs* suelen cobrar altas comisiones y tarifas de transacción, lo que excluye a muchos artistas emergentes. Además, el mercado está dominado por grandes inversores y casas de subastas, perpetuando desigualdades y limitando la accesibilidad para creadores y compradores con menos recursos.

a la concentración de datos en manos de grandes corporaciones en la *Web 2.0*. Incorpora tecnologías como inteligencia artificial, *blockchain*, Internet de las cosas y otras formas de computación distribuida. En el 2017, sale a la venta las primeras piezas artísticas a través de la tecnología *NFT*, específicamente es lanzada la colección *CryptoPunks* en la moneda *Ethereum* y con esto se dice que se inicia el periodo de *criptoarte* (Alkhudary, Belbaux y Guibert, 2022:2).

Del 2017 al 2020, con la adopción del *blockchain* y el surgimiento de los *NFTs (tokens no fungibles)*, se redefinieron las formas de propiedad y comercialización del arte digital. Estos avances tecnológicos cambiaron la dinámica del mercado, otorgando a las obras digitales un nuevo valor de escasez y autenticidad.

Es en el 2020, donde la pandemia global por el virus SARS-CoV-2, impulsó aún más la digitalización en el sector artístico, debido al cierre de galerías físicas. Esto aceleró la expansión de eventos culturales en línea y fomentó el crecimiento de plataformas virtuales como espacios de exposición y venta de arte, consolidando al entorno digital como un nuevo pilar del mercado del arte.

La evolución histórica del mercado del arte, desde sus formas tradicionales hasta las dinámicas digitales contemporáneas, evidencia el entrelazamiento del arte con las transformaciones del modo de producción capitalista. En su etapa convencional, el mercado del arte operaba en un esquema restringido, donde las obras circulaban en contextos elitistas, definidos por la exclusividad y legitimados por instituciones como galerías, museos y coleccionistas. En este modelo, el valor de una pieza artística se determinaba por una combinación de criterios simbólicos, estéticos y de prestigio, reflejando la influencia de la superestructura cultural sobre la infraestructura económica.

Con la irrupción de las tecnologías digitales y la digitalización de los procesos productivos, el mercado del arte ha sido arrastrado hacia nuevas dinámicas, marcadas por la ampliación del acceso, la descentralización de los circuitos de distribución y la aceleración del consumo artístico. La aparición de plataformas en línea, los *NFT (tokens no fungibles)* y los

mercados virtuales ha transformado no solo las formas de producir y consumir arte, sino también las categorías de valor de uso, valor de cambio que rigen su circulación.

El surgimiento de las tecnologías digitales —y su fusión en los procesos productivos— ha reconfigurado el mercado del arte en sus lógicas esenciales, transfigurándolo en un ecosistema híbrido donde coexisten la materialidad tradicional y la fluidez de lo virtual. Este fenómeno se articula a través de diferentes ejes que se pueden considerar disruptivos: Una democratización relativa del acceso (aunque mediada por brechas tecnológicas), la descentralización radical de los circuitos de distribución (vía plataformas *peer-to-peer*¹⁴ y protocolos de *blockchain*) y la aceleración exponencial del consumo, ahora impulsado por algoritmos de recomendación y mercados 24/7.

Lejos de limitarse a una mera digitalización de lo analógico, herramientas como los NFTs (*tokens no fungibles*) y los metaversos comerciales han redefinido las categorías económicas estándar del arte. Así, lo digital no solo transforma prácticas, sino que reprograma los sistemas de valoración convencionales, desafiando las jerarquías instituidas por siglos de mercado del arte tangible.

En sus orígenes, el arte digital operaba mediante técnicas de apropiación, montaje y resignificación de imágenes preexistentes, donde su valor conceptual radicaba en cuestionar las jerarquías del arte convencional —como la noción de autoría única o la materialidad del objeto artístico—, desafiando los límites disciplinares a través de nuevos soportes tecnológicos (Benjamin, 1936/2003). Artistas pioneros, como los integrantes del movimiento Net.art en los 90, utilizaban el collage digital y la hipertextualidad para desestabilizar significados hegemónicos, convirtiendo la obra en un campo de crítica política y estética (Bourriaud, 2002).

Sin embargo, en la actualidad, el enfoque crítico del arte digital ha migrado hacia una reflexión sobre la simbiosis hombre — máquina y la omnipresencia de las tecnologías digitales

¹⁴ "Peer-to-peer" (P2P) es un modelo de red o sistema descentralizado en el que los participantes (llamados "pares" o peers) interactúan directamente entre sí sin depender de un servidor central o intermediario. Cada nodo (computadora, dispositivo, etc.) en la red actúa tanto como cliente (que solicita recursos) como servidor (que proporciona recursos).

en la vida cotidiana. Proyectos contemporáneos exploran como algoritmos, inteligencia artificial y plataformas como *blockchain* reconfiguran no solo la creación artística, sino la percepción de lo humano, diluyendo fronteras entre sujeto, herramienta y entorno (Haraway, 1984; Han, 2021). Por ejemplo, obras de arte generativo con IA —como las de Refik Anadol— cuestionan la agencia creativa, mientras NFTs y metaversos exponen la mercantilización de la identidad digital. Este giro refleja una crítica poshumanista, donde la tecnología ya no es un medio externo, sino una extensión orgánica que modifica nuestra subjetividad, ética y memoria colectiva (Hayles, 1999).

1.1.3 Del arte digital al arte *post-internet*: evolución conceptual

Como lo mencionábamos anteriormente, el arte digital comienza con ingenieros que usaron las computadoras no solo para realizar cálculos, sino también para crear imágenes. Más adelante, las interfaces gráficas hicieron que el ordenador fuera accesible a quienes podían llevarlo a casa (como ejemplo, las primeras computadoras IBM). Con su popularización, aparecieron redes de fibra óptica, facilitando la conexión a través de la “nube” y permitiendo la interconexión global. En este contexto, surge el concepto "arte post — internet", marcado por la interacción digital a escala global. La comunicación entre los usuarios del ordenador se vuelve más eficiente gracias a una mayor velocidad de transferencia y al intercambio rápido de archivos multimedia. Esto no solo facilita las interacciones, sino que también impulsa significativamente el consumo de contenido digital y multimedia, generando un entorno más dinámico para la comunicación y la creatividad.

El "Arte Post — Internet" (Prada, 2012), abarca la mayoría de las expresiones artísticas digitales. Este término implica la fusión entre el arte tradicional y las obras creadas utilizando herramientas digitales o que exploran temáticas relacionadas con las nuevas tecnologías. Esta noción amplía el alcance del "arte digital" y presenta una perspectiva renovada para comprender las manifestaciones artísticas surgidas después de la popularización del internet:

Ciertamente, ya a principios de siglo, estar conectado a Internet empezaba a ser una situación casi imprescindible en la vida cotidiana de las sociedades de más elevado consumo. Así pues, con el término "post-internet" se estaba tratando de nombrar el

inicio de una época en la que el componente de conectividad sería inherente a la cultura en general, indisociable de las prácticas habituales de trabajo, socialización y entretenimiento (Prada, 2017:46).

De acuerdo con Prada (2012), los primeros artistas en trabajar en el contexto específico del internet como una red global, lo consideraron un auténtico espacio alternativo y autónomo (Prada, 2012:1), con una enorme capacidad de estar en contra de las instituciones reguladoras de lo que se denominaba arte (museos y galerías), usualmente vinculada a la materialidad del objeto artístico, la fetichización del mismo y el renombre del artista. Se visualizaba como un espacio con tendencia a la inmaterialidad, colaborativo y en palabras de Prada (2012): “más vinculada a la producción de situaciones y procesos comunicativos particulares que a la generación concreta de obras”.

La concepción del internet como espacio alternativo y autónomo en el arte, destacado por Prada (2012), sentó las bases para una visión de la red como un lugar que desafiaba las instituciones tradicionales del arte. Esta característica intangible y colaborativa redefinió el concepto de lo artístico, alejándolo de su dependencia tangible y de las figuras de renombre. En este contexto, el arte digital comenzó a incorporar tecnología y estética de manera activa, generando así un tipo de arte donde la conceptualización y la interacción digital juegan un rol tan relevante como el medio técnico en sí.

En un primer momento, lo que ahora llamamos "arte digital" evoca la imagen de alguien creando piezas artísticas con una computadora e internet como plataforma de difusión. Aunque esta es una práctica común, no es solo el uso de la computadora lo que define al arte digital. Es crucial considerar otros factores como la conceptualización, la interacción con medios digitales, y la relación entre tecnología y estética.

El arte digital es disruptivo en la actualidad, al igual que lo fue el arte conceptual, en su momento, este fue un movimiento artístico que surgió en la década de 1960 y se caracteriza por priorizar la idea o el concepto detrás de la obra por encima de su realización material o estética. Según Kosuth (1966-1990/1991), "el arte conceptual es el arte de las proposiciones", ya que busca explorar las dimensiones intelectuales del arte, cuestionando las nociones tradicionales de belleza, forma y técnica. En este enfoque, el valor de la obra reside en el

mensaje o la intención del artista, más que en su aspecto físico o en el medio empleado para crearlo. Esta perspectiva subraya que el arte es esencialmente un acto de comunicación y pensamiento crítico.

El arte digital se enmarca dentro del arte conceptual porque comparte varios principios fundamentales del mismo, además de la disrupción. En primer lugar, el arte digital a menudo pone énfasis en el concepto detrás de la obra, ya sea a través de su diseño, programación o interacción con el espectador. Como señala Paul (2015), el arte digital explora ideas como la virtualidad, la interactividad y la relación entre humanos y tecnología, generando un diálogo crítico sobre el impacto de lo digital en la sociedad contemporánea. Además, al igual que el arte conceptual, el arte digital desafía las categorías tradicionales de autenticidad y materialidad.

El arte digital adquiere un carácter conceptual al plantear preguntas sobre las dinámicas del poder, el acceso y la sostenibilidad. La descentralización promovida por las tecnologías *blockchain* redefine las relaciones económicas en el arte, pero también perpetúa desigualdades al favorecer a actores con acceso a infraestructura tecnológica y capital inicial. Así, el arte digital no solo opera como una categoría estética, sino también como un espacio de reflexión sobre las estructuras económicas, sociales y políticas que configuran el desarrollo global.

Estos elementos, junto con el medio técnico, contribuyen a que una obra se clasifique como arte digital, existen dos parámetros —señalados por Monreal (2020)— que se deben de considerar:

No deriva necesariamente de una especificidad disciplinar y autorreferencial, sino que está anclado a la coexistencia de diferentes soportes, medios de comunicación, disciplinas y tecnologías (Monreal, 2020:48).

No parte necesariamente de una disputa entre arte culto y medios de comunicación, sino que suele estar hecho de entrecruzamientos y tránsitos que se generan mediante ciertas poéticas de la descomposición (Monreal, 2020:48).

Así, el Arte *Post Internet* indaga en una sociedad que ha experimentado el uso del

internet como algo normal en la cotidianeidad de sus vidas y examina los efectos que este fenómeno ha provocado de manera individual y colectiva. Se utiliza el Internet y las diferentes herramientas tecnológicas no solo como un medio, sino también como objeto de estudio, profundizando en sus influencias y consecuencias en diversos aspectos de la vida contemporánea (Prada, 2012).

A partir de estas premisas de autores, podemos enmarcar el arte digital y el arte post internet de la siguiente manera:

El arte digital se caracteriza por su naturaleza interdisciplinaria y su capacidad para integrarse con una amplia variedad de medios de comunicación, disciplinas y tecnologías. No se limita a una única disciplina ni se enfoca exclusivamente en referencias a sí mismo, sino que se fundamenta en la coexistencia y convergencia de múltiples elementos. Lejos de representar un conflicto entre el arte erudito y los medios de comunicación, el arte digital se nutre de la interacción y transición entre ambos, desarrollando poéticas que desmantelan los límites tradicionales y reconfiguran las posibilidades creativas.

El arte digital se erige como un fenómeno cultural que trasciende la mera hibridación de géneros o la convergencia técnica, arraigándose en una crítica reflexiva de la sociedad contemporánea. En particular, el *Arte Post Internet*—nacido en un contexto donde la conectividad digital es condición ontológica— no solo emplea internet como soporte, sino que disecciona sus efectos psicosociales: desde la construcción de identidades fragmentadas hasta la reconfiguración de lo público-privado. Aquí, la tecnología opera simultáneamente como medio expresivo, archivo de memoria colectiva y objeto de estudio crítico, revelando cómo las estructuras digitales moldean y son moldeadas por prácticas económicas, políticas y estéticas en la era algorítmica.

Al contrastar los mercados del arte tradicional y digital, emergen tanto persistencias estructurales como fisuras epistemológicas. Ambos sistemas reproducen dinámicas de fetichización de la mercancía (Marx, 1867/2015) y alienación del trabajo creativo, pero en el ámbito digital, estas lógicas se intensifican bajo el régimen del capitalismo cognitivo (Boutang, 2008): la aceleración tecnológica convierte lo intangible (datos, atención, algoritmos) en mercancías hipervalorizadas, mientras que la obsolescencia programada

redefine la noción misma de “perdurabilidad” artística. Así, si el arte tradicional fetichiza el objeto único, el digital fetichiza su huella criptográfica —certificada por *NFTs*—, exponiendo las paradojas de un sistema que proclama democratización mientras reproduce asimetrías globales.

1.2 CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO DEL ARTE DIGITAL

1.2.1 Componentes constitutivos del mercado del arte convencional vs digital

La migración hacia lo digital no resuelve las contradicciones estructurales del mercado del arte convencional, sino que las recontextualiza bajo nuevas formas de producción y circulación. Componentes fundacionales como la autoría (vinculada al genio artista digital), la materialidad (objeto único) y la exclusividad (valor de escasez) experimentan una transposición digital:

Autoría ↔ *Tokenización*: la *blockchain*, como protocolo de certificación descentralizada, sustituye la firma física por un NFT (*token no fungible*), codificando la autoría en algoritmos criptográficos.

Tangible ↔ Intangible: la obra, despojada de soporte físico, existe como archivo digital replicable, pero su "unicidad" se transfiere al token, que actúa como *signo de autenticidad* (Boucher, 2021).

Exclusividad ↔ Acceso global: Mientras el *NFT* garantiza propiedad exclusiva en registros digitales, la obra visual —como imagen *JPEG*, *PNG* o *GIFT*— circula libremente, diluyendo la relación convencional entre posesión y experiencia estética.

Este proceso no neutraliza las tensiones, sino que las reconfigura dialécticamente: si en el mercado tradicional el aura (Benjamin, 1936) residía en la singularidad material, en el digital se fractura entre el *NFT* (huella única) y la reproductibilidad técnica ilimitada. Así, la paradoja de la "exclusividad replicable" expone las grietas de un sistema que, pese a su retórica innovadora, perpetúa la fetichización de la mercancía (Marx, 1867/2015) bajo nuevas formas de comercialización (*marketplaces*).

De acuerdo con Waelder (2015), plantea que, aunque el mercado del arte contemporáneo está profundamente influenciado por las dinámicas económicas, no puede ser completamente comprendido a través de las teorías económicas convencionales. Esto se debe a la naturaleza dual de las obras de arte: por un lado, son objetos culturales únicos, cuyo valor simbólico a veces trasciende cualquier precio monetario; por otro lado, deben participar en el sistema de mercado capitalista para generar ingresos tanto para los artistas como para los intermediarios. Esta contradicción refleja la tensión entre el valor intrínseco del arte como expresión cultural y su necesidad de ser tratado como mercancía dentro de un sistema económico.

De acuerdo con lo anterior, Durán (2008) argumenta que las artes no son independientes del sistema económico, sino que forman parte integral de él. En este sentido, el arte se produce bajo las mismas condiciones que cualquier otro tipo de trabajo, lo que implica que está sujeto a las mismas fuerzas de mercado, como la oferta y la demanda. Esto afecta tanto a la creación como a la distribución del arte, donde el valor del trabajo artístico se define por su capacidad para ser mercantilizado.

Desde la tradición marxista, Durán (2008) retoma la distinción entre trabajo productivo e improductivo. El trabajo productivo se define como aquel que genera valor y plusvalor dentro del sistema capitalista, es decir, que produce bienes o servicios que pueden ser comercializados. Desde esta perspectiva, la fuerza de trabajo del artista que no logra ser consumida o valorizada en el mercado se podría considerar "improductiva".

La distinción entre trabajo productivo e improductivo en el marco teórico marxista se fundamenta en la relación capitalista-trabajador, donde el primero se define por generar plusvalía —valor excedente apropiado por el capitalista— mediante la explotación de la fuerza de trabajo asalariada (Marx, 1867, p. 231). En este sentido, una actividad se vuelve improductiva cuando no media dicha relación de explotación directa ni contribuye a la acumulación de capital, incluso si genera ganancias privadas. El caso del mercado del arte ilustra esta paradoja: cuando un coleccionista adquiere una pieza y la revende a un precio mayor, el incremento monetario no deriva del tiempo de trabajo socialmente necesario (porque no contiene trabajo abstracto, sólo individual), sino de procesos especulativos basados en

escasez artificial, prestigio simbólico o fluctuaciones de demanda (Harvey, 2018, p. 144). Marx (1867) aclara que, para que el trabajo sea productivo, debe integrarse al circuito de reproducción del capital, es decir, el trabajador debe vender su fuerza de trabajo a un capitalista que la emplea para generar mercancías en masa y extraer plusvalía (p. 297). En contraste, la revalorización de una obra artística —aunque genere lucro individual— no implica explotación de trabajo vivo, sino que opera en la esfera de la circulación, donde el precio se infla mediante mecanismos ajenos a la producción material, como la fetichización de la autoría o la intervención de intermediarios (galerías, subastas). Así, mientras el capitalismo industrial subsume el trabajo bajo su lógica para expandirse, la especulación artística representa una acumulación improductiva, pues el valor agregado no surge de la relación capital-trabajo, sino de la manipulación de signos de escasez en un mercado financierizado (Arrighi, 1994, p. 89). Esta dicotomía revela que, en el arte, la noción de "productividad" se desvincula de la teoría del valor-trabajo, priorizando la rentabilidad sobre la ética de la producción, lo que cuestiona los límites del análisis marxista clásico en contextos donde lo simbólico domina sobre lo material (Jameson, 1991, p. 67).

Surge la pregunta: ¿cómo debemos considerar el trabajo de un artista digital?

Un ejemplo que ilustra estos fundamentos es el trabajo del artista digital conocido como Esstro9 (Eduardo Medina Salazar), quien fue entrevistado para el presente estudio. En una de sus colaboraciones destacadas, Esstro9 realizó una pieza para la marca "Hugo Boss". Esta obra tenía un propósito claramente definido: desarrollar una campaña de *marketing* audiovisual para la marca. El proyecto exigía cumplir con parámetros estéticos y técnicos previamente establecidos, lo que implicaba que el artista debía ajustarse a las especificaciones dictadas por la empresa. Al mismo tiempo, se le permitió incorporar su propio estilo e influencia estética en la creación. Sin embargo, obedece a ciertas especificidades dentro del trabajo considerado productivo: Condiciones de subordinación a especificaciones técnicas y estéticas impuestas por la marca, la incorporación creativa estaba hasta cierto punto limitado para la expresión personal dentro del marco comercial y debía de obedecer a un resultado económico: la obra cumplió su función como herramienta de *marketing*, validando su productividad bajo criterios capitalistas.

Por otro lado, en su práctica cotidiana, Esstro9 crea obras digitales como medio de expresión artística personal, utilizando herramientas completamente digitales. Estas obras, al no estar inicialmente vinculadas a una transacción comercial o a las exigencias del mercado, le

permite desarrollar una serie de piezas que, al ser exhibidas en eventos como Bienales de Arte Digital, adquieren un nuevo significado y valor. Además de que promociona su trabajo y hace que empresas, como la señalada anteriormente, lo contraten para otros propósitos distintos a la exposición de piezas artísticas.

En este contexto, las obras del artista se integran a un circuito de exposición que las insertan en el mercado del arte, en dos formas: como plataformas para que su trabajo y firma como artista sea reconocida y eso a su vez le pueda proporcionar contratos para empresas como la anteriormente mencionada (Hugo Boss), transformando así su trabajo inicial en otro tipo de proceso productivo, que genera capital simbólico y económico.

La pregunta ¿cómo clasificar el trabajo del artista digital? No admite una respuesta binaria. Como revela el caso de Esstro9, su estatus como productivo o improductivo depende de factores contextuales: como la inserción en circuitos mercantiles (venta directa, patrocinios, campañas comerciales), el reconocimiento institucional o colectivo (exposiciones, premios, impacto cultural) y su precio (*NFTs*, *marketing*).

Así, la clasificación marxista no es inherente a la práctica artística, sino resultado de su interacción con estructuras económicas concretas. El arte digital, en su ambivalencia, tensiona los límites entre emancipación creativa y subsunción al capital, revelando las paradojas de su época.

Este caso evidencia cómo el trabajo artístico puede oscilar entre lo productivo y lo improductivo dependiendo de su contexto de consumo y valorización, lo que pone de manifiesto las complejas dinámicas entre el arte, el mercado y la autonomía creativa.

La participación en exposiciones y bienales de arte, pese a implicar una inversión inicial por parte del artista (costos de producción, transporte, cuotas de participación), opera como una estrategia de inserción en el circuito mercantil mediante la acumulación de capital simbólico (Bourdieu, 1979/1998). Estas actividades funcionan como mecanismos de legitimación que convierten el reconocimiento simbólico en valorización económica futura. Incluso cuando las obras no se comercializan de inmediato, su exhibición en espacios

consagrados construye un currículum prestigioso, el cual, en el mediano plazo, incrementa la cotización del artista en subastas, ferias y colecciones privadas (Thompson, 2008). Así, lo que comienza como un gasto se transmuta en inversión especulativa, donde la visibilidad actúa como moneda de cambio en un mercado artístico regido por la escasez artificial y la narrativa cultural.

En este sentido, el precio de una pieza artística no se determina exclusivamente por el tiempo socialmente necesario de trabajo que requiere su producción, como sucede con otras mercancías en el sistema capitalista, sino que está influido por una serie de factores simbólicos, sociales y especulativos. Entre estos, destacan la reputación y trayectoria del artista, la validación de instituciones culturales, el contexto histórico de la obra, y la narrativa construida alrededor de su creación.

Esta disociación entre el trabajo concreto del artista y la formación de su valor de cambio revela una anomalía estructural. Lejos de regirse por la ley del valor trabajo —donde el tiempo de trabajo socialmente necesario determina la magnitud del valor de cambio—, el mercado del arte opera mediante una lógica particular. Dicha lógica sintetiza la fetichización de la mercancía, que oculta las relaciones sociales reales tras un velo de cualidades aparentemente intrínsecas de la obra, con dinámicas especulativas financiarizadas, características de la acumulación capitalista contemporánea. Es esta combinación la que, en última instancia, distorsiona profundamente la relación de la obra con su valor de uso original, subordinando su función estética o cultural a las fluctuaciones de un valor de cambio determinado por la escasez artificial, el prestigio del artista y la expectativa de rentabilidad futura.

Entonces, ¿Cuáles son los factores y dinámicas que determinan la formación del precio de una pieza artística en el mercado contemporáneo?

El primero que debemos señalar es la rareza y escasez, el hecho de que la obra de arte solo pueda ser propiedad de unas pocas personas es la piedra angular del mercado del arte, ya que justifica la peculiar naturaleza de los precios (Waelder, 2015). En las obras de arte no hay precio demasiado alto (Graw, 2009, p.29), siempre que alguien esté dispuesto a pagarlo (las

fluctuaciones en la demanda conducen a su vez a complejos mecanismos que se articulan para mantener y aumentar gradualmente el precio de cada obra de arte) (Waelder, 2015).

De acuerdo con Paul Waelder (2015), la obra de arte puede ser presentada como una mercancía más allá de su valor simbólico. Waelder explora cómo el arte contemporáneo, especialmente en el contexto digital, se convierte en un bien de consumo sujeto a las leyes del mercado. En su trabajo, señala que la obra de arte puede adquirir un valor comercial que depende de factores como la escasez, la exclusividad, la demanda del mercado, y la marca del artista.

Esto ocurre en gran parte porque las obras de arte, a pesar de tener un valor simbólico o estético inherente, también son tratadas como activos financieros, especialmente en los mercados de arte digital y criptográfico. Las plataformas de venta de arte digital tienden a mercantilizar las piezas, transformándolas en bienes de intercambio que pueden ser comprados, vendidos, y especulados como cualquier otro producto financiero.

Waelder (2015) también sugiere que este enfoque mercantil puede despojar a las obras de su "aura" original, en términos de Walter Benjamin (1892 - 1940), reduciendo su significado cultural a meros objetos de intercambio monetario.

Siguiendo la misma línea argumentativa, Prada (2012) analiza cómo el arte contemporáneo se encuentra cada vez más imbricado en las lógicas del mercado global, donde es percibido y consumido fundamentalmente como una mercancía. En este proceso, el valor de una obra artística deja de depender exclusivamente de su contenido estético y pasa a definirse por su capacidad de ser comprada, vendida y objeto de especulación financiera, dentro de un sistema que prioriza la maximización de beneficios económicos.

Este fenómeno de mercantilización está profundamente vinculado al fetichismo de la mercancía, un concepto marxista que explica cómo, en el capitalismo, los objetos adquieren un valor que parece inherente a ellos, ocultando las relaciones sociales y laborales que los producen. En el caso del arte contemporáneo, especialmente el digital, el fetichismo se manifiesta en la forma en que las obras se convierten en objetos de deseo, valorados más por

su precio y su capacidad de circular en el mercado que por su contenido intrínseco, su valor crítico o su aporte cultural.

Se intensifica en el ámbito del arte digital debido a su proliferación en plataformas de venta en línea y su creciente inserción en mercados especulativos. En estos espacios, factores externos, como la reputación del artista, la exclusividad de la pieza o incluso las tendencias del mercado, determinan el precio de las obras, creando burbujas especulativas que desconectan completamente el valor económico del valor estético. Así, el arte digital no solo se convierte en una mercancía, sino en un vehículo de acumulación de capital simbólico y financiero, donde el objeto artístico pierde su esencia como producción cultural y se transforma en un ícono fetichizado dentro del mercado global, volviendo trivial uno de los propósitos originales del arte: como medio de expresión y reflexión crítica, sometiéndolo a las demandas del capital y distorsionando algunos de sus propósitos iniciales: ser subversivo y reflexivo.

En este sentido, es posible observar lo que Prada (2012) sugiere que el arte contemporáneo se integra dentro de la "cultura del espectáculo", como describe Guy Debord, donde las obras son concebidas no solo para su consumo, sino para ser vistas como eventos mediáticos. Este fenómeno se ve potenciado por la digitalización y la globalización, que permiten una difusión instantánea y global de las obras, reconfigurando cómo son percibidas y valoradas. Con la desmaterialización del arte a través de formatos digitales, se desafían las nociones tradicionales de propiedad y autenticidad, ya que las obras se convierten en archivos, códigos o experiencias virtuales en lugar de objetos físicos únicos.

De esta manera, se puede entender lo que Prada (2012), analiza como la instrumentalización del arte como una herramienta de *marketing* (vg) y posicionamiento para marcas y productos. En este contexto, las obras se convierten en componentes estratégicos de campañas comerciales, utilizadas por empresas para conectar emocionalmente con los consumidores y fortalecer su imagen de marca, mostrando cómo el arte contemporáneo no solo se mercantiliza, sino que se utiliza activamente como un vehículo de valores comerciales.

En relación con lo anterior es importante mencionar que el auge de los *NFTs* (*tokens no fungibles*) ha permitido a los artistas digitales ofrecer una forma de propiedad exclusiva

sobre sus obras, lo que puede justificar precios elevados al proporcionar una garantía de autenticidad y singularidad en el entorno digital. Por lo tanto, aunque la reproductibilidad es un factor crucial en la valoración del arte digital, la consideración del trabajo involucrado y la relevancia social de la obra pueden influir significativamente en su precio final.

Unas de las plataformas a través de las cuales se dan a conocer los artistas digitales son las ferias y bienales de arte, en un contexto global las que son consideradas más importantes son: Arte Basel, *Frieze Art Fair*, ARCOmadrid, *Art Paris Art Fair*, se llevan a cabo en Nueva York, Miami, Londres, Hong Kong, Madrid y París.

Particularmente en México, las ferias de arte más reconocidas son: Zona Maco, Material *Art Fair*, Salón ACME, FotoMéxico y todas tienen lugar en la Ciudad de México. En cuanto a ferias de arte en donde el arte digital tiene un mayor protagonismo se encuentran: Cut Out Fest, se lleva a cabo en la ciudad de Querétaro, Festival Internacional de la Imagen (FINI), Festival Internacional de Creatividad Digital *MUTEK.MX*, Festival TRANSITIO_MX, organizado por el Centro Nacional de las Artes (CENART) en la Ciudad de México y el TagCDMX. Este tema se profundizará en el capítulo III.

Las ferias y bienales mencionadas anteriormente comparten varias características. Se realizan en ciudades altamente urbanizadas, con un marcado dinamismo cultural, político y económico. Generalmente, tienen lugar en espacios de gran relevancia, aunque muchas veces resultan poco accesibles para el público en general. En estos eventos, los principales protagonistas son los intermediarios (comerciantes), ya que obtienen el mayor beneficio económico de las transacciones de compra y venta. Además, la mayoría de los asistentes asume que las piezas artísticas exhibidas poseen un alto valor simbólico, sin cuestionar necesariamente su valor estético.

Estos festivales, ferias y bienales actúan como plataformas de exposición y comercialización de obras. Aunque su enfoque no se centra exclusivamente en el arte digital, este se complementa con otras áreas temáticas afines, como el arte interactivo, el cine y la tecnología. A través de esta combinación, el evento permite que tanto artistas emergentes como consolidados interactúen directamente con el público, creando un espacio de diálogo, conexión

y oportunidades en el mercado primario. Al mismo tiempo, estas exposiciones pueden establecer las bases para futuras transacciones en el mercado secundario¹⁵, donde intermediarios como galerías y casas de subastas juegan un papel crucial en la comercialización de estas obras digitales¹⁶.

En el contexto del mercado del arte, los términos "mercado primario" y "mercado secundario" hacen referencia a las diferentes etapas de circulación y comercialización de las obras artísticas.

El mercado primario se refiere al primer punto de venta de una obra de arte, es decir, cuando una pieza es vendida por primera vez, generalmente directamente del artista al comprador o a través de galerías y espacios de exhibición que representan al artista. En este mercado, el precio de la obra se establece principalmente en función de la trayectoria del artista, su reconocimiento en el campo artístico, y las estrategias de promoción realizadas por la galería o el agente intermediario (Velthuis, 2005). Este mercado tiene un carácter formativo, ya que no solo introduce las obras al sistema económico, sino que también contribuye a construir la reputación y la carrera del artista.

Un aspecto importante del mercado primario es que está influido por la percepción de autenticidad y novedad: el comprador accede a una obra que nunca antes ha circulado en el mercado. Este primer punto de contacto con la obra es clave para sentar las bases de su valor simbólico y financiero.

El mercado secundario, por otro lado, se refiere a la reventa de obras de arte previamente adquiridas. Este mercado incluye casas de subastas, coleccionistas privados, y galerías especializadas en obras que ya tienen un historial de propiedad y circulación. En el mercado secundario, el precio de una obra se determina en gran medida por su historia, la

¹⁵ Se identifican dos tipos de mercado en el arte: primario y secundario. El primario se refiere a la relación directa entre el artista y su consumidor final. El secundario abarca las relaciones comerciales en las que participa un intermediario (Guzmán, 2018).

¹⁶ El valor que los críticos y el público dan a la obra, así como el crecimiento y posicionamiento del creador, aumentan el capital simbólico (por lo tanto, el valor cultural y económico), con el paso del tiempo (Rascón, 2009: 27).

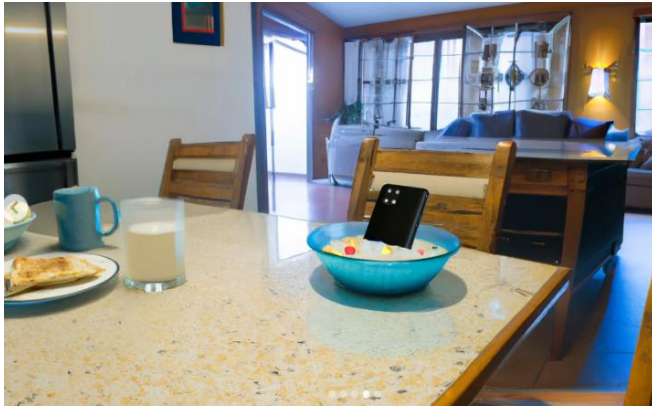
demanda del artista en el mercado, y las dinámicas especulativas (Horowitz, 2011). Las obras que ingresan a este mercado suelen haber acumulado un capital simbólico que respalda su valor económico, y en muchos casos, su precio puede aumentar significativamente en comparación con su venta inicial en el mercado primario.

Un ejemplo representativo es el caso de las casas de subastas como Sotheby's y Christie's, donde las obras de artistas consagrados alcanzan precios exorbitantes debido a la competencia entre compradores y al prestigio asociado con la posesión de ciertas piezas (Robertson & Chong, 2008).

La relación entre el mercado primario y el secundario es bidireccional. Por un lado, el éxito en el mercado primario (ventas iniciales, exposiciones, premios) puede sentar las bases para que una obra o un artista ingrese al mercado secundario con mayor valor y demanda. Por otro lado, el mercado secundario también retroalimenta al mercado primario, ya que los precios elevados alcanzados en subastas pueden aumentar la demanda por las obras nuevas del mismo artista.

Como ejemplo de lo anteriormente mencionado (mercado primario y secundario) tenemos, una de las piezas artísticas del artista Alonso Cedillo, entrevistado el 29 de abril del 2024, tiene una pieza artística que consiste en una serie de videos realizados en el 2022, en donde se muestra celulares sobreviviendo a líquidos y son imágenes generadas con DALLE de OpenAI animadas con After Effects de Adobe. Tienen por título: Bathroom Miracle, Apparitions, A smartphone frozen in the exact moment preceding its downfall, A smartphone eternally trapped in a bowl of fruitloops y Float. Muestran teléfonos sumergidos en diferentes entornos: tazas de baño, lavabos, platones de leche con cereal y una piscina.

Imagen 1.1. Pieza artística digital que lleva por título: “*A smartphone eternally trapped in a bowl of fruitloops*” de Alonso Cedillo



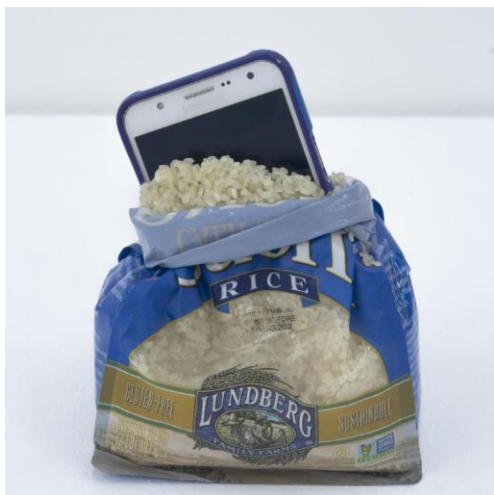
Nota. Imagen obtenida de la red social Instagram del Artista.

Inspirado en este concepto, Cedillo creó nuevas piezas artísticas en formato tangible, en las que un celular se sumerge en una bolsa de arroz, evocando la práctica comúnmente asociada en el imaginario colectivo para "rescatar" un dispositivo mojado: introducirlo en arroz para absorber la humedad.

A diferencia de sus obras anteriores en formato digital, esta nueva propuesta se exhibe físicamente, transformando celulares rotos en esculturas de resina de poliéster. Para materializar estas piezas, el artista involucra al público mediante convocatorias abiertas con el mensaje: "Traigan sus móviles inservibles, los convertiré en esculturas".

De este modo, Cedillo da vida a una serie de obras que fusionan participación colectiva y experimentación artística.

Imagen 1.2. Pieza artística digital que lleva por título: "iPhone reacondicionados de Alonso Cedillo"



Nota. Imagen obtenida de la red social Instagram del Artista

Esta serie de piezas artísticas, unificadas por una misma línea temática, se presenta en una doble exposición. Por un lado, de forma tangible, como esculturas elaboradas con resina epóxica; y por otro, en un formato completamente digital, exhibidas en una galería en línea y disponibles para su adquisición a través de la tecnología *NFT*¹⁷.

De este modo, el artista Alonso Cedillo abre nuevas posibilidades de compra, venta y especulación de las piezas artísticas mencionadas: inicialmente comercializadas en un mercado primario. Con el tiempo, estas obras ingresan a mercados secundarios, generando una dinámica de intercambio y retroalimentación continua entre ambos espacios.

Otra manera de ejemplificar las dinámicas de mercado primario – secundario y especulativas, en el arte digital, es a través de la Obra de “Fantasmones siniestros” de la artista Frida Kahlo

1.2.2 Mercado del arte a través del *NFT*: determinantes y estructuras en “Fantasmones siniestros”

El 30 de julio de 2022, Martin Mobarak, millonario y CEO de Frida&NFT, decidió digitalizar el dibujo “Fantasmones siniestros” de la artista mexicana, valorado

¹⁷ <https://teia.art/objkt/788604>

en \$10.000,000 USD para convertirlo en una pieza artística digital que se comercializaría a través de la tecnología *NFT* y posteriormente destruir el original.

Este acto lo justificó a través de una causa benéfica: recaudar dinero para ayudar a niños y mujeres víctimas de violencia doméstica. Es así como el dibujo fue digitalizado y convertido en *PNG* por cámaras de alta tecnología y escáneres 3D.

El archivo digital, ahora será vendido a través de la tecnología *NFTs* (*Token no fungibles*). El cuadro fue trasladado permanentemente al Metaverso el 30 de julio de 2022, declaró en *Frida&nft*.

Mobarak generará 10 mil copias del *PNG*, que incluirá además un escrito en el que se explica la historia de la pieza y una copia del certificado de autenticidad. También tendrán algunos *GIFs* animados y bucles de películas cortas, para exhibirlos en marcos digitales o para proyecciones. Los *NFT* de “Fantasmones siniestros” se comprarán a través de *ETH* (*Ethereum*), una criptomoneda con un valor actual de mil 361 dólares, es decir, aproximadamente 27 mil pesos mexicanos. Cada *NFT* se venderá por 3 *ETH*, con lo que se espera recaudar más de 800 millones de pesos. Cuadruplicando su valor original (Aristegui Noticias, 2022, énfasis propio).

Esta noticia fue seleccionada por dos razones correlacionadas:

El desenvolvimiento de dos dinámicas de mercado: ejemplifica los flujos entre el mercado primario (venta directa de obras) y secundario (reventa, especulación), así como los mecanismos de valorización especulativa inherentes al arte digital, como se señalaba en el apartado anterior, y porque resulta un caso paradigmático de transición histórica: la artista mexicana en cuestión desarrolló su práctica en un contexto predigital (década de 1980-1990), donde la digitalización de obras no existía como la conocemos actualmente, lo que permite analizar cómo su legado es recontextualizado en el mercado digital actual.

Este fenómeno evidencia un proceso de subsunción real (Marx, 1867/2015) del mercado del arte convencional al mercado del arte digital (diversificación estratégica: obras analógicas son tokenizadas (NFTs)).

Es así como podemos poner en tensión los siguientes puntos:

La paradoja de Frida Kahlo: entre el legado comunista y la mercantilización posmoderna, la artista es ícono del arte mexicano y figura vinculada al movimiento muralista —que rechazaba la comercialización masiva del arte—, encarna una contradicción histórica: su obra, cargada de simbolismo anticapitalista, ha sido absorbida por la lógica del capitalismo cultural (Bourdieu, 1979/1998). La cotización de su dibujo en \$10 millones de USD ejemplifica cómo el capital simbólico se traduce en un precio alto, incluso cuando su ideología repudiaba dicha dinámica. Esta paradoja se intensifica con la mercantilización de su imagen en objetos banales (llaveros, playeras, forros de libretas), fenómeno que Jameson (1991) atribuiría a la lógica cultural del capitalismo tardío, donde lo crítico deviene espectáculo.

Por otro lado, está la figura del intermediario Martín Mobarack, que se autodefine como “alquimista del arte”, entonces aquí opera como ¿un intermediario cultural, un artista o un empresario? Al digitalizar una acuarela de Kahlo (elaborada en 1945) mediante escáner 3D y emitir 10,000 *NFTs*, su rol cuestiona las fronteras entre: la reinterpretación artística: ¿Es una intervención creativa que resignifica lo analógico en lo digital?, es una ¿apropiación cultural mercantil? o ¿una estrategia para explotar el patrimonio simbólico bajo narrativas filantrópicas?

Mobarack utiliza la retórica de la "inmortalización digital" y la ayuda a "personas en vulnerabilidad", pero su modelo —centralizado en su plataforma y con precios en *ETH* (\$80,929.26 MXN por *NFT*)— refleja un claro ejemplo de capitalismo de plataforma (Srnicek, 2018), donde la filantropía enmascara la acumulación flexible (Harvey, 1989/1990).

Otro punto que debemos resaltar con este ejemplo es la destrucción del original tras su digitalización responde a una estrategia de escasez artificial, un recurso clásico en el arte

convencional (Benjamín, 1936), pero exacerbado en lo digital mediante *NFTs*. Al reducir la obra a un archivo *PNG tokenizado*, se prioriza la huella criptográfica sobre la materialidad, desdibujando la noción benjaminiana de "aura". La emisión de 10,000 copias, aunque aparentemente masiva, busca equilibrar falsa exclusividad y acceso global, fórmula común en el *criptoarte* (Paul, 2021)¹⁸.

Otro punto importante es el precio de 3 ETH por *NFT* que no surge de criterios estéticos, sino de dinámicas especulativas propias del mercado *crypto*: el valor se construye mediante narrativas "inmortalización en el metaverso" y la gamificación financiera: la limitación a 10,000 unidades y la destrucción del original estimulan FOMO (*Fear of Missing Out*).

Sin embargo, la falta de transparencia en la fijación del precio (¿costos de producción?, ¿porcentaje filantrópico?) reproduce asimetrías informativas (Akerlof, 1970), típicas de mercados no regulados. El proyecto se anuncia como un acto de preservación digital, pero su ejecución —centralizada en una plataforma privada, con requisitos técnicos (*mintear, gas fuel, uso de wallets*) (vg)— excluye a quienes no dominan el ecosistema *crypto*. Además, el asistencialismo prometido opera como legitimación simbólica (Boltanski & Chiapello, 1999), donde la filantropía enmascara la acumulación de capital y eludir impuestos.

Es importante resaltar como el intermediario Martin Mobarack, juega con las dinámicas de mercado, para el obtener la mayor ganancia posible en esta transacción y también está presente el concepto de valor simbólico, que en la obra de Jean Baudrillard (1979) se refiere a un tipo de valor que no se basa en la utilidad práctica, ni en el intercambio económico (precio), sino en el significado cultural, emocional o social que un objeto, acto o relación tiene dentro de un contexto específico.

¹⁸ El modelo de *CryptoZoo*, promovido por Logan Paul, se estructuraba en un ciclo de especulación financiera disfrazado de juego: los usuarios debían comprar *ZooCoins* (criptomonedas propias) con dinero real, invertir en huevos digitales como activos especulativos, "crear" animales híbridos mediante algoritmos básicos y esperar una supuesta revalorización de su inversión. Esta dinámica, presentada como un método para generar ingresos pasivos a través de mecánicas lúdicas, ocultaba un fraude sistémico: el juego jamás fue desarrollado funcionalmente, y las promesas de ganancias se sustentaban en un esquema piramidal sin respaldo técnico ni artístico. El resultado fue una pérdida colectiva de millones de dólares, donde inversores, atraídos por el influjo de una figura mediática, confiaron en un producto ficticio que explotaba la fascinación contemporánea por los *NFTs* y la economía de *blockchain*. Este caso ejemplifica los riesgos de la financialización de la cultura digital, donde la falta de regulación y el capital simbólico de celebridades facilitan estafas sofisticadas bajo narrativas de innovación tecnológica.

Para Baudrillard (1976/2007), el valor simbólico se construye a través de interacciones sociales y está profundamente arraigado en la relación entre sujetos, en lugar de estar determinado por el mercado o la lógica de la utilidad. Este tipo de valor se asocia con el intercambio simbólico, una forma de interacción en la que lo importante no es el objeto en sí, sino el significado y la reciprocidad implícitos en el acto de dar, recibir y devolver.

En la lógica de Baudrillard (1976/2007), el valor simbólico contrasta con las dinámicas del sistema capitalista, que tienden a reducir todo a mercancías intercambiables basadas únicamente en su precio. Él sugiere que la modernidad ha desplazado el valor simbólico por el valor económico y por una lógica de simulacros, en la que las representaciones (o signos) adquieren mayor importancia que las relaciones auténticas.

La relación entre los intermediarios y el valor de las obras de arte es esencial para entender la dinámica del mercado, tanto convencional como digital. Estos agentes no solo facilitan la conexión entre artistas y compradores, sino que también ejercen una notable influencia en cómo se perciben y valoran económicamente las obras. Al promover y validar piezas artísticas a través de diversas plataformas, contribuyen a establecer un sentido de deseo y significado que va más allá de la estética, ayudando a transformar percepciones subjetivas en parámetros objetivos que guían las transacciones y decisiones del mercado.

Este caso sintetiza las tensiones inherentes al mercado del arte convencional y su intersección con el arte digital: por un lado, la obra de Frida Kahlo —antes símbolo de resistencia identitaria— se subsume bajo la lógica del capitalismo de plataformas, reduciendo su dimensión patrimonial a mera mercancía digital; por otro, los NFTs, que aunque prometen democratizar el acceso al arte mediante su alcance global, reproducen barreras técnicas y económicas que perpetúan un elitismo adaptado a la era algorítmica. A esto se suma la paradoja entre innovación y apropiación cultural, donde la destrucción del original material prioriza el valor económico en detrimento de la conservación patrimonial, cuestionando así los límites éticos de una economía digital que transforma prácticas culturales en activos especulativos.

En el siguiente apartado, se explican los procesos que se originaron en el arte convencional y que, aunque se mantienen en el arte digital, se manifiestan con un enfoque distinto.

1.2.3 Factores distintivos del mercado del arte en México: convencional vs. digital

Como se ha argumentado en estudios previos (Bourdieu, 1979/1998; Appadurai, 1986), el valor económico de una obra de arte trasciende sus cualidades estéticas o simbólicas, arraigándose en procesos de fetichización mercantil donde el deseo colectivo y las narrativas de legitimación operan como fuerzas estructurantes. En este marco, el mercado del arte no solo media entre subjetividades, sino que las codifica en un sistema de objetivación transaccional: la percepción individual se subsume bajo lógicas de escasez artificial y narrativas ficticias, transformando la experiencia estética en un bien canjeable, cuantificable y sujeto a especulación. Con esto se sugiere que el precio de una obra de arte creada por un artista que se desenvuelve en el arte convencional, no se limita solo a sus habilidades técnicas o la belleza estética de la obra en sí, también implica que el mercado del arte desempeña un papel importante en la determinación del precio de la pieza artística.

Otros factores que están presentes en la fijación del precio son: la popularidad, reputación y el reconocimiento del artista en el mercado. Esto va de la mano con las herramientas que utiliza, que usualmente son consideradas nuevas tecnologías. Esto incluye el uso de software de diseño, edición de imágenes, modelado 3D, realidad virtual y otras tecnologías consideradas avanzadas. En este contexto, el trabajo del artista digital suele implicar una inversión inicial significativa en recursos tecnológicos, como computadoras de alto rendimiento, tabletas gráficas y programas especializados. Aunque el acceso a estas herramientas puede parecer, en principio, más accesible en comparación con los medios artísticos convencionales, esta percepción puede variar dependiendo de las necesidades específicas del artista y de las barreras económicas asociadas a la adquisición y actualización constante de estos recursos.

En cuanto a la distribución, el artista digital a diferencia del artista que se desenvuelve en el arte convencional tiene la posibilidad de poder llegar a una audiencia más amplia a través de plataformas en línea. El uso del internet permite que su trabajo llegue a personas localizadas en diferentes lugares con relativa facilidad; además, las redes sociales y sitios web de ventas

de arte les permiten llegar a un mercado global de manera más directa. Esto puede resultar en una mayor visibilidad y oportunidades de ventas, pero también implica competir en un entorno digital que se va saturando con propuestas de toda índole.

La relación entre el arte convencional y el arte digital no se define por una división categórica, sino por un continuo de interacciones fluidas. Lejos de tratarse de esferas estancas, en la práctica coexiste una hibridación creativa: artistas arraigados en circuitos convencionales incorporan herramientas digitales como extensión de sus procesos, mientras artistas digitales retoman técnicas analógicas (pintura, escultura) para enriquecer su lenguaje. Este fenómeno no invita a trazar fronteras rígidas, sino a reconocer cómo el mercado del arte digital se apropia de componentes estructurales del mercado convencional—como la curatoría, la certificación de autenticidad o la intermediación—, reformulándolos mediante tecnologías emergentes (*blockchain*, metaversos) para ampliar su alcance y eficiencia.

Esquema 1.1. Actores, medios y plataformas del mercado del arte convencional y digital.

Esquema de arte convencional & arte digital	
Producción	
Artistas convencionales	Artistas digitales
<p>Medios tradicionales: Pintura, escultura, grabado, fotografía análoga.</p> <p>Procesos: Uso de materiales tangibles (lienzo, óleo, arcilla, etc.).</p> <p>Tiempo y pericia: Énfasis en técnicas manuales heredadas</p> <p>Autoría individual: La obra se asocia</p>	<p>Medios tecnológicos: Software (Photoshop, Blender), algoritmos, realidad virtual, NFTs.</p> <p>Procesos: Creación en entornos virtuales (píxeles, modelos 3D, código).</p> <p>Tiempo y pericia: rapidez e interacción con la posibilidad de edición ilimitada y versiones múltiples.</p>

<p>institucionalmente a la figura del artista como autor único, aun cuando existan colaboradores en su proceso creativo. No obstante, el reconocimiento público recae finalmente sobre quien ostenta la firma en la pieza terminada.</p>	<p>Autoría individual y colaborativa: uso de código abierto y por lo tanto, uso de herramientas compartidas o creación colectiva.</p>
<p>Intermediarios</p>	
<p>Mercado convencional</p>	<p>Mercado digital</p>
<p>Agentes tangibles: Galerías, casas de subastas (<i>Sotheby's, Christie's</i>), museos.</p> <p>Curaduría: Validación institucional a través de exposiciones y reseñas de críticos especializados en arte</p> <p>Certificación: Firmas, certificados de autenticidad en papel.</p>	<p>Agentes intangibles: plataformas en línea (<i>SuperRare, OpenSea, Foundation</i>)</p> <p>Curaduría: algoritmos, promoción en redes sociales (Instagram, TikTok) y recomendaciones automatizadas</p> <p>Certificación: <i>Blockchain</i> y <i>NFTs</i></p>
<p>Consumo</p>	
<p>Arte convencional</p>	<p>Arte digital</p>
<p>Experiencia física: Visitas a museos, ferias de arte o colecciones privadas.</p> <p>Propiedad exclusiva: Adquisición de un objeto único o de edición limitada.</p>	<p>Experiencia mediada: acceso global a través de la visualización en pantallas, metaversos o realidad aumentada.</p> <p>Propiedad tokenizada: <i>NFTs</i> como prueba de posesión, aunque la obra sea replicable.</p>

<p>Valor histórico: Precio influido por trayectoria del artista y procedencia</p>	<p>Valor especulativo: Cotización basada en tendencias digitales, comunidades online y utilidad en entornos virtuales.</p>
--	---

Nota. Elaboración propia basándome en esta investigación.

El esquema anterior analiza la transformación estructural del ecosistema artístico mediante una comparación dialéctica entre prácticas convencionales y digitales, organizada en tres ejes:

Eje de producción: el arte convencional se ancla en la tangibilidad (pintura, escultura) y técnicas manuales con autoría individual, mientras el digital emplea herramientas consideradas nuevo medios (*software, blockchain*), permitiendo colaboración, interacción e intangibilidad de la obra.

Eje de intermediación: el modelo tradicional depende de instituciones físicas (galerías, subastas) y validación curatorial, mientras el digital opera mediante plataformas descentralizadas (*OpenSea, SuperRare*), donde *NFTs* y algoritmos redefinen autenticidad y promoción.

Eje de consumo: lo convencional prioriza experiencia física y propiedad exclusiva, mientras lo digital privilegia acceso global y posesión *tokenizada* (*NFTs*), con valor ligado a especulación y comunidades virtuales.

Esta conversión no supone una ruptura, sino una coexistencia negociada: galerías convencionales integran *NFTs*, y artistas digitales rescatan técnicas analógicas, evidenciando un sistema híbrido. Así, el mercado del arte se reconfigura bajo lógicas precapitalistas, donde lo físico y virtual interactúan en una red de intercambios simbólicos (Bourdieu, 1979/1998), desafiando dicotomías clásicas y expandiendo las fronteras de lo artístico en la era tecnológica.

Es importante destacar que no siempre, todos los elementos del mercado del arte convencional tienen su equivalente directo en el mercado de arte digital. Algunos de estos elementos se presentan de manera diferente o se combinan en un solo aspecto. Por ejemplo, los intermediarios del mercado de arte convencional como curadores, críticos, difusores y comerciantes aún existen en el mercado del arte digital, pero su participación se vuelve más difusa. En este contexto, el propio artista puede desempeñar el papel de validador de sus obras a través de plataformas digitales, y es el público, a través de sus opiniones y valoraciones simbólicas, quien otorga el estatus de arte a una pieza.

Usualmente, el artista que vende directamente su obra sin intermediarios es considerado un artista emergente o en proceso de desarrollo (Boutique, 2015; Robertson, 2005), esta consideración no implica necesariamente una menor calidad o valoración de su obra, sino que se refiere principalmente a su posición en el mercado del arte y su nivel de reconocimiento por parte de los compradores y galerías. Una de las ventajas esenciales de desenvolverse en el mercado primario es que: “El artista tiene un alto control en los elementos relacionados con la producción de su obra de arte” (Boutique, 2015:10), además, el artista debe analizar el tamaño de su mercado antes de determinar la utilización de un intermediario. “Si el mercado es grande, como el coleccionismo del siglo XX, el uso de intermediarios se hace necesario, al ser imposible cubrir el mercado de forma directa” (Boutique, 2015: 9).

En el caso del artista digital, puede publicar su obra finalizada en diversas plataformas sin depender de intermediarios (curadores, críticos, difusores y promotores, comerciantes). Además, cuenta con canales de exhibición directa en galerías en línea, lo que le permite llegar a diferentes lugares y superar las limitaciones de tiempo y espacio de las galerías físicas. No obstante, esto no garantiza automáticamente la venta de su obra ni su reconocimiento como pieza artística; es necesario promocionarla y obtener validación por parte del público. A primera vista, esto representa una mayor apertura de las herramientas de validación artística. Sin embargo, también existe un sesgo que afecta a aquellos que no tienen acceso o no desean utilizar los nuevos medios tecnológicos.

El mercado del arte no sigue estrictamente las leyes de la oferta y la demanda, aunque estas juegan un papel fundamental en su funcionamiento. La disponibilidad de obras de arte puede fluctuar según diversos factores, como la época, el estilo, el renombre del artista y otros

elementos que a menudo reflejan la estética de la sociedad en un momento dado. La demanda de estas obras, por su parte, puede estar vinculada a la oferta, pero también se ve influenciada por otros aspectos, como el valor simbólico que poseen estas piezas artísticas.

En determinados contextos, las casas de subastas de élite introducen obras de arte históricas que, pese a desfasar temporalmente de las corrientes estéticas dominantes, emergen como oferta estratégica dentro del mercado del arte. Este fenómeno se explica por el capital simbólico acumulado (Bourdieu, 1979/1998) de artistas consagrados cuya trayectoria ha sido canonizada por la historiografía, otorgando a sus piezas un estatus de singularidad irreplicable. Estas obras, lejos de ser meros vestigios del pasado, operan como activos altamente rentables (ver ejemplo del apartado 1.2.2) donde la escasez histórica y el prestigio institucional convergen para generar oportunidades excepcionales de adquisición. Aquí, la desconexión con las tendencias actuales no diluye su valor, sino que lo intensifica, atrayendo a coleccionistas que buscan tanto rentabilidad económica como legitimación cultural (Thompson, 1990/1998). Así, el mercado transforma la antigüedad en un recurso escaso, reafirmando su capacidad para monetizar incluso aquello que parece anacrónico.

El mercado del arte busca seguir las tendencias de la economía global financiera, adoptando nuevas estrategias para preservar y aumentar el valor de las obras artísticas, evitando así su devaluación. Las instituciones de arte cada vez más se acercan a tendencias y movimientos de la bolsa de valores.

La interdependencia estructural entre el mercado del arte y la economía financiera global alcanza su máxima expresión en la producción y consumo del arte digital contemporáneo. Este fenómeno se manifiesta cuando instituciones artísticas adoptan mecanismos de financiarización —como la especulación en tiempo real, la *tokenización* de activos (*NFTs*) o la creación de índices de valor análogos a los bursátiles—, transformando la obra digital en un vehículo de inversión más que en un bien cultural autónomo. Bajo esta lógica, la creación artística digital experimenta un proceso de subsunción real (Marx, 1867/2015) al capital: su producción ya no responde prioritariamente a imperativos estéticos o críticos, sino a las dinámicas de rentabilidad inmediata, ciclos de obsolescencia programada y lógicas extractivas propias del capitalismo tardío (Harvey, 2004). Así, el arte digital deviene en un tipo de mercancía líquida (Bauman, 2000), donde su valor simbólico (Bordieu

1979/1998) se subsume bajo algoritmos de precios fluctuantes y estrategias de acumulación flexibles, redefiniendo su ontología desde la experiencia estética hacia el activo especulativo (Lazzarato, 2015).

Los artistas, al igual que otros productores en la economía capitalista, se ven forzados a adaptarse a las exigencias del mercado para garantizar la viabilidad económica de sus obras, lo que lleva a que el consumo del arte digital también se vea mediado por las expectativas de rentabilidad y especulación. De esta manera, la creación y el disfrute del arte digital se enmarcan en un ciclo de producción y consumo en el que el valor económico llega a ser más importante que el valor estético o simbólico, consolidando la subsunción del arte a las dinámicas capitalistas.

CAPÍTULO 2. PRODUCCIÓN Y CONSUMO DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO

La producción y consumo del arte digital en México representan una intersección crítica entre tecnología, economía y cultura, enmarcada en las dinámicas globales de un mercado en transformación. El arte digital no solo refleja las innovaciones tecnológicas que democratizan los medios de creación, sino también las estructuras de poder y desigualdad que permean su acceso y comercialización.

Este capítulo examina las relaciones de producción, y consumo del arte digital en México, abordando cómo se manifiestan en las condiciones laborales de los artistas, el papel de las galerías y plataformas digitales (oferta), y las preferencias (demanda) de los consumidores en un entorno de creciente globalización.

Se exploran las implicaciones de estas dinámicas en la distribución del valor económico y simbólico del arte, destacando las tensiones entre actores nacionales e internacionales en la configuración del mercado mexicano de arte digital. Este enfoque permite entender no solo las oportunidades y desafíos para los artistas y consumidores, sino también las transformaciones estructurales en la economía cultural del país.

2.1 EL ARTE DIGITAL EN EL CONTEXTO MEXICANO

2.1.1 Valor de uso, valor de cambio en las piezas artísticas digitales

Para explicar el valor de uso y cambio en una pieza artística digital, mencionaré, a grandes rasgos, a que hace referencia estos conceptos marxistas, que son claves para entender cómo funciona el sistema hegemónico capitalista al cual está adherido el mercado del arte digital.

En la teoría de Marx (1867/2015), los conceptos de valor de uso y valor de cambio son clave para comprender cómo opera el sistema capitalista. El valor de uso hace referencia a la capacidad de un objeto para satisfacer una necesidad humana específica, como la utilidad de un abrigo para protegerse del frío o el uso de una herramienta en el trabajo. Este valor se asocia

con la utilidad intrínseca de una mercancía. Además, el valor de uso no surge de las nubes, lo obtiene del trabajo específico de un trabajador que dota de las cualidades a dicha mercancía.

Por otro lado, el valor de cambio de las mercancías que se producen de manera capitalista para Marx está determinado por trabajo abstracto, desgaste físico y mental general que realizan todos los trabajadores. Además, el valor contenido de dichas mercancías se obtiene por el tiempo de trabajo socialmente necesario. Este valor se manifiesta como un precio y refleja la capacidad de un bien para ser intercambiado por otros bienes o servicios. En el sistema capitalista, el valor de cambio se expresa principalmente a través del precio.

A partir de lo anterior, se puede apreciar que el valor de uso de las obras puede oscilar en los aspectos de cubrir aspectos estéticos, emociones que puede generar la obra. En cambio, el valor de cambio a partir de un elemento social como es el desgaste de fuerza de trabajo general y su magnitud como producción social. En ese sentido, no tendrían valor (en el sentido de que lo obtiene por trabajo abstracto que le permite intercambiarse), pero sí se venden a un precio.

Para Marx, la explotación y la acumulación de capital dependen de la diferencia entre estos dos valores, especialmente en relación con el trabajo humano y la producción.

Así, la teoría marxista y el arte contemporáneo revelan las dinámicas subyacentes del sistema capitalista en la sociedad. Mientras que Marx desenmascara las estructuras económicas que perpetúan la desigualdad a través de la diferencia entre el valor de uso y el valor de cambio, el arte contemporáneo actúa como un espejo subjetivo que expone realidades ocultas o ignoradas en la cotidianidad. De este modo, el arte digital (considerado arte contemporáneo) no solo refleja las condiciones materiales y simbólicas del capitalismo, sino que también puede cuestionarlas y ofrecer nuevas perspectivas sobre las relaciones humanas y económicas.

La relación entre el valor de uso y de cambio en el análisis de Marx y la función del arte contemporáneo nos permite comprender cómo las expresiones artísticas también adquieren distintos significados y valores según el contexto en que se aprecian. Mientras Marx analiza cómo la utilidad y el valor de cambio afectan a la mercancía, en el arte, estos valores se reflejan

en cómo las obras transmiten emociones o conceptos, ya sea de manera tangible o intangible, ajustando su percepción y valoración dentro del mercado y la sociedad.

El valor de cambio de una pieza artística se manifiesta de diversas formas, pero una de las más usuales es a nivel económico es a través de la especulación y la inversión a largo plazo, donde los coleccionistas ven la obra como un activo que puede incrementar su valor con el tiempo. El coleccionismo, además de ser una pasión, se convierte en una inversión estratégica que puede generar estatus económico y acceso a otros beneficios. Poseer arte exclusivo puede impresionar a ciertos sectores con estatus económico e intelectual, lo que a su vez permite compartir e intercambiar socialmente ayuda y beneficios en negocios, transacciones y empoderamiento, como una acumulación de capital simbólico (Bourdieu, 1979/1998). La reventa y obtención de ganancia es otra motivación, donde las subastas juegan un papel crucial para determinar el valor de una obra.

En el contexto del mercado del arte contemporáneo, es fundamental analizar cómo sus dinámicas han sido reconfiguradas por lógicas ajenas a su función cultural original. Uno de los fenómenos más problemáticos es la utilización de transacciones artísticas para el blanqueo de capitales, práctica facilitada por la opacidad en la fijación de precios, la ausencia de regulación financiera estricta y la movilidad global de obras consideradas "activos refugio". Según informes del *Financial Action Task Force* (FATF, 2020), el arte —particularmente en mercados secundarios y subastas privadas— se ha convertido en un vehículo para legitimar capitales ilícitos, donde obras sobrevaluadas o transacciones fantasma simulan legalidad.

Paralelamente, el arte opera como capital simbólico (Bourdieu, 1979/1998) en circuitos de élite: regalar piezas exclusivas no solo demuestra poder adquisitivo, sino que construye redes de influencia mediante la exhibición de "buen gusto" cultural. Este gesto, aparentemente generoso, refuerza jerarquías sociales al vincular estatus con acceso a bienes escasos.

Por otro lado, la mercantilización del arte como producto de lujo refleja lo que el sociólogo Veblen denominó consumo conspicuo (Veblen, 1899), la adquisición de obras no se orienta a su valor estético o histórico, sino a la gratificación efímera de poseer un objeto exclusivo. Plataformas como Sotheby's o Christie's han perfeccionado este modelo,

transformando la experiencia artística en un ritual de consumo donde la emoción radica en la compra, no en la contemplación.

El mercado del arte actual encarna una paradoja posmoderna: mientras su retórica celebra la creatividad y la belleza, su estructura reproduce desigualdades económicas, prácticas ilegales y una fetichización de la mercancía que vacía de sentido su dimensión cultural. Esta tensión exige repensar cómo equilibrar su valor intrínseco con su creciente subsunción al capital financiero global.

Así, el arte digital, al operar en un entorno tecnológico e intangible, redefine los conceptos clásicos de valor de uso (Marx, 1867/2015), incorporando dinámicas propias de la economía actual y la cultura digital:

Como lo mencionábamos anteriormente, el valor de uso hace referencia a la utilidad o función, pero esto adquiere matices diferentes cuando se le quiere explicar en el arte digital, pero que están contenidos en: la experiencia estética en el arte digital se vincula a su capacidad para evocar emociones, provocar reflexiones o cuestionar paradigmas conceptuales, trascendiendo la mera contemplación. A esto se suma su cualidad de accesibilidad y reproducción ilimitada, que permite compartir las obras sin degradación técnica —a diferencia de medios convencionales como la pintura—, lo que fomenta una participación colectiva y amplía su consumo al llegar a públicos diversos. Este fenómeno se ejemplifica en plataformas como Decentraland o CryptoVoxels, donde la interacción con las piezas implica procesos de cocreación, redefiniendo la noción de autoría. Por otro lado, la funcionalidad técnica amplía sus horizontes: ciertas obras integran algoritmos generativos o inteligencia artificial, dotándolas de usos prácticos en campos como el diseño, la educación o incluso la resolución de problemas sociales, lo que diluye los límites entre arte, tecnología y utilidad cotidiana.

El valor de cambio está mediado por lógicas tecnológicas y simbólicas inherentes al ecosistema digital. Por un lado, los *NFTs* y la *blockchain* transforman lo digital en un bien artificialmente escaso, otorgando certificados de autenticidad y propiedad que sustituyen la materialidad física, mientras que la especulación y las tendencias virales —como la fama del artista en redes sociales o su utilidad como símbolo de estatus en metaversos— condicionan

fluctuaciones abruptas en su cotización. Asimismo, la rentabilidad futura se integra mediante *smart contracts* (vg) que garantizan regalías automáticas al artista en reventas, añadiendo capas de valor financiero. Además, el capital simbólico, ya sea por legitimación institucional (como la exhibición en plataformas curadas como *Art Blocks*) o por el respaldo de figuras influyentes (*Beeple, Pak*), actúa como catalizador que infla su valor económico, fusionando así mercados tradicionales con dinámicas propias de la economía digital.

Por otro lado, la teoría del valor en la economía política clásica, desarrollada por Adam Smith y David Ricardo, establece que el valor de cambio de una mercancía reproducible — aquella producida de manera capitalista y en serie— se determina bajo ciertos parámetros (Smith, 1776; Ricardo, 1817). Marx (1867), profundiza esta noción al señalar que el valor es una expresión monetaria que oscila entre dos momentos: por un lado, el valor (cristalización del trabajo abstracto socialmente necesario) y, por otro, el precio, que rara vez coincide con aquel en el corto plazo debido a las fluctuaciones de la oferta y la demanda.

En términos marxistas, el precio actúa como una fuerza que se aleja temporalmente del valor, pero que, en el largo plazo, tiende a gravitar hacia él, sujeto a una "fuerza de atracción" determinada por las condiciones medias de producción (Marx, 1867, p. 212). No obstante, esta dinámica se complica en mercancías no reproducibles, como el arte convencional, donde la singularidad de la obra diluye el cálculo del tiempo socialmente necesario. Mientras una mercancía reproducible (ej.: un teléfono) se intercambia según el tiempo promedio que tarda un trabajador en condiciones normales —tiempo que, como advierte Marx, está supeditado a la competencia entre trabajadores para reducir costos—, una pintura o escultura única carece de un valor de cambio específico en términos clásicos, pues su precio no refleja el tiempo invertido por el artista, sino factores subjetivos como la escasez artificial, el prestigio del creador o la especulación (Marx, 1867, p. 87). Esta separación ontológica entre mercancías reproducibles y no reproducibles explica por qué, en el arte, el precio se desvincula radicalmente del valor — trabajo: mientras Smith y Ricardo enfatizaban la relación directa entre trabajo y valor de cambio en mercancías estandarizadas, Marx subraya que ciertos bienes, como el aire —que posee un valor de uso evidente, pero carece de valor de cambio—, desafían esta lógica.

En el arte, aunque una obra tenga valor de uso (goce estético), su valor de cambio se construye mediante mecanismos ajenos al tiempo de trabajo, como la fetichización de la autoría o la intermediación de élites culturales. Así, el mercado artístico opera como un espacio donde

el precio, lejos de ser un reflejo del trabajo objetivado, se convierte en un signo de valoración arbitraria, evidenciando la tensión irresoluble entre la teoría del valor clásica y la realidad de las mercancías únicas (Marx, 1867; Smith, 1776).

No pretendemos equiparar el valor de cambio y el valor de uso con el precio y la utilidad, respectivamente, sino señalar que se manifiestan a través de estos conceptos y pueden operar de forma interdependiente en dinámicas económicas concretas.

Además, cabe resaltar que en el arte digital las fronteras entre el valor de uso y el valor de cambio suelen diluirse, operando como categorías permeables susceptibles de hibridación. Esto se puede explicar a través de un ejemplo concreto que se verá en el siguiente apartado.

2.1.2 Utilidad y precio aplicado en el arte digital de la pieza artística “MINT: Colección Chiles en Nogada 2022”

ARTE NFT CONMEMORATIVO

Este 2022 el arte *NFT* ha sido reconocido en todo el mundo.

Y hemos lanzado una colección conmemorativa de Arte Digital por el cierre de Temporada 2022 de Chiles en Nogada realizada por el artista poblano Antonio Álvarez Morán. Al obtener una obra tendrás derecho a uno de nuestros chiles en nogada para esta o la siguiente temporada.

Te invitamos a conocer más en <https://web3.elmuraldelospoblanos.com>

Es lo que aparece en la publicidad a través de redes sociales, con una imagen del chile en nogada hecha por el artista mencionado en la noticia. En el sitio web, se describió de la siguiente forma:

El proyecto MINT actual es la Colección Chiles en Nogada 2022 diseñada por el artista poblano Antonio Álvarez Morán. El precio de cada *NFT* es de 0.015 ETH y se pueden *mintear* hasta 10 por transacción.

Imagen 2.1. Pieza artística digital que lleva por título: “Chiles en Nogada” del artista Antonio Álvarez Morán.



Nota. La imagen se tomó del sitio web elmuraldelospoblanos.com

Además de ser una pieza de arte coleccionable, cada *NFT* de esta colección le permite al dueño reclamar un 1 Chile en Nogada en nuestro restaurante por una única vez. Si el *NFT* es transferido o vendido y el chile en nogada que le corresponde ya fue reclamado, no podrá ser reclamado nuevamente/por segunda vez.

La colección existe en el *blockchain* de Ethereum bajo un estándar ERC-721, el precio de *MINT* de cada *NFT* es de 0.015 ETH correspondiente a un aproximado del valor del Chile en Nogada en la temporada 2022, la *metadata* e imágenes están alojadas en IPFS y el contrato está optimizado para tener un *gas fuel* bajo (ERC-721A) (El Mural de los Poblanos, 2022).

Se hizo un análisis basado en las categorías económicas de valor de uso (utilidad concreta de un bien) y valor de cambio (precio en el mercado/intercambio), propuestas por Marx (1867/2015), por lo tanto, se determinó que el proyecto presenta características híbridas que además combinan lo tangible con intangible con valores simbólicos — recordemos que el Chile en Nogada es un platillo originario de Puebla (representativo de la cocina mexicana), considerado una tradición gastronómica y asociado con la Independencia Nacional de México—.

Asimismo, el proyecto “*MINT*: Colección Chiles en Nogada 2022” ejemplifica la convergencia entre las dinámicas del mercado digital y los valores simbólicos de México, revelando cómo el capitalismo contemporáneo integra innovaciones tecnológicas para redefinir el valor de uso y cambio en una pieza artística digital.

Con respecto la utilidad, que podemos verlo en este caso, en particular en el beneficio tangible único: cada *NFT* permite reclamar 1 Chile en Nogada físico en el restaurante asociado. Esto otorga un valor de uso perecedero y no transferible, ya que el derecho se agota tras su primer canje. Así, se hace una limitación estratégica al vincular el *NFT* a un bien físico no reclamable por segunda vez, se evita la inflación artificial de la demanda y se asegura que el valor de uso esté ligado a un acto concreto (consumir el platillo).

Por otro lado, lo asocia a una experiencia cultural: El Chile en Nogada, platillo emblemático de Puebla, añade valor simbólico — cultural al *NFT*. El usuario no solo obtiene un plato, sino una conexión con la identidad gastronómica mexicana, reforzada por el diseño del artista poblano Antonio Álvarez Morán.

Con respecto al precio, que en este caso está expresado en el precio fijo vinculado al *ETH*: el costo de *mintear* (0.015 ETH \approx \$404.56 MXN en el 2022) establece un valor de cambio referencial, pero sujeto a la volatilidad del *Ethereum*. A diferencia de un bien físico, aquí el precio no depende solo de la oferta/demanda del platillo, sino también de las fluctuaciones de la criptomoneda.

Esto puede originar una escasez digital del activo y decantarse en un coleccionismo de la pieza artística digital, debido a que al ser un ERC-721 (*token no fungible*), cada *NFT* es único y certificable en *blockchain*, lo que lo convierte en un objeto de especulación. Su precio podría aumentar si: la colección gana relevancia cultural (ej. por el prestigio del artista), el platillo físico se revaloriza (ej. por inflación o demanda estacional), el *NFT* se transfiere a un comprador que priorice el arte digital sobre el beneficio gastronómico.

Por otro parte, si la optimización técnica (ERC-721A), es decir, el llamado *smart contract* tiene un bajo *gas fuel* (vg) reduce costos de transacción, facilitando la liquidez del *NFT* en mercados secundarios (*market places* como OpenSea). Esto convierte al *NFT* en un vehículo especulativo, donde el precio ya no está directamente relacionado con la utilidad material, sino con la percepción de su exclusividad y valor simbólico como pieza de arte coleccionable.

Así, a través de este ejemplo, se demostró, la capacidad del capital para transformar elementos culturales en mercancías digitales, si no que también resaltó cómo las tecnologías emergentes, como el *blockchain*, reconfiguran las relaciones entre productores, consumidores

y objetos de valor. Desde una perspectiva crítica, plantea interrogantes sobre los efectos de la digitalización en la producción cultural y las formas en que el capital redefine lo que entendemos como arte, cultura y consumo.

2.1.3 Dinámicas de oferta y demanda en el arte digital

En la economía de mercado, usualmente, la oferta y la demanda determinan el precio de bienes y servicios de manera relativamente predecible. Sin embargo, el mercado del arte digital es distinto debido a características particulares:

La oferta suele ser rígida en un primer momento (predefinida por el artista o contrato inteligente), por lo que el precio no está determinado directamente por la oferta, sino por cómo la demanda interactúa con esa oferta fija. Por esta razón, el precio de una obra de arte digital suele determinarse por parámetros subjetivos, como la percepción que se tiene tanto de la obra como del artista y esto depende de factores como la reputación del artista, la originalidad, la calidad estética y las tendencias culturales del momento. Estas subjetividades están estrechamente vinculadas a la escasez y unicidad de la obra, ya que, al ser generalmente piezas únicas o de edición limitada, se reduce su oferta, lo que a su vez puede incrementar su demanda y, por lo tanto, su precio.

También se debe de señalar a los intermediarios y redes de exposición y mercadeo, específicos como las casas de subastas, galerías, y coleccionistas. Estas instituciones y actores tratan de influir en los precios de manera significativa; trabajando directamente en la no linealidad de la demanda, es decir, puede ser variable debido a la especulación, las modas temporales o tendencias e incluso la reputación de los coleccionistas que están adquiriendo la obra. Estas características hacen que el mercado del arte sea menos predecible y más influenciado por factores particulares como los señalados anteriormente.

Además, es importante señalar que el factor histórico — social, influye de manera importante la demanda de arte en general y de arte digital en particular, es un concepto que se transforma. A diferencia de otros bienes del mercado, el precio de una obra de arte está sujeto a constantes fluctuaciones. Mientras que, en muchos sectores mercantiles, los precios pueden estabilizarse con el tiempo, en el arte, es diferente, el paso del tiempo altera de forma

significativa las oportunidades y limitaciones tanto para los artistas como para los compradores: “Cambios en las tendencias y las preferencias de los consumidores también influyen en la evolución del valor de las piezas, destacando el papel fundamental del tiempo en la apreciación y precio final de una obra” (Rascón, 2009:13).

El paso del tiempo por sí solo no incrementa la demanda de las obras artísticas en el mercado convencional y digital, este debe de ir acompañado de otros factores como la escasez, la consolidación histórica del artista y la relevancia cultural adquirida. Un ejemplo paradigmático es la artista mexicana Frida Kahlo, cuyas pinturas han escalado exponencialmente en precio décadas después de su creación. Su obra "*Diego y yo*" (1949), vendida en 2021 por \$34.9 millones de dólares, refleja cómo la rareza, el reconocimiento póstumo y la mitificación de su legado transformaron piezas íntimas en símbolos globales.

En contrapartida en el arte digital, el factor tiempo opera bajo lógicas distintas, pero paralelas: la valorización depende de la innovación tecnológica, la preservación de la *metadata* (vía *blockchain*) y la trayectoria del artista en un mercado aún emergente. Por ejemplo, el artista mexicano Rafael Lozano-Hemmer, pionero en arte interactivo, ha visto revalorizarse y, por lo tanto, crecer la demanda de sus instalaciones digitales iniciales —ahora consideradas "clásicos" de los años 2000— gracias a su influencia en el arte generativo actual.

Mientras que en el arte convencional el tiempo valida la autenticidad material, en el digital válida la permanencia conceptual y la adopción de estándares técnicos (como *ERC-721* para *NFTs*), que garantizan su vigencia en un ecosistema en constante evolución.

Actualmente, el arte digital emplea para la oferta de piezas artísticas digitales, plataformas como galerías en línea (los llamados *marketplaces* como *Open Sea*) y las galerías digitales que tienen curaduría (*SuperRare*, *Objkt*, *Foundation*). Además, las redes sociales (X – antes Twitter – e Instagram), permiten a los artistas difundir su trabajo globalmente.

La oferta del arte digital se ve influenciado por *criptomonedas* y los contratos inteligentes, donde las transacciones se efectúan a través del *blockchain*. Además, las plataformas digitales ofrecen nuevas posibilidades de monetización, como la venta de derechos

de reproducción o la creación de ediciones limitadas digitales. Estos factores, combinados, hacen que el arte digital sea, a primera vista, más accesible para audiencias globales, menos dependiente de intermediarios tradicionales y adaptable a un mercado en constante evolución.

Sin embargo, estas características, que se podría considerar positivas, tienen su contracara, como la fugacidad y obsolescencia tecnológica que permea a varias piezas artísticas digitales, las obras pueden volverse inaccesibles con el tiempo debido a cambios en los formatos o tecnologías. También, cuestiones de autenticidad y propiedad, la facilidad de reproducción digital plantea desafíos sobre la autenticidad y el control de derechos de autor de varias piezas, además, el impacto ambiental, la producción y distribución de arte digital, especialmente en la *blockchain* (como los *NFT*), tiene un alto consumo energético.

La exclusión digital, ya que no todos los artistas o espectadores tienen acceso a las herramientas tecnológicas necesarias y un constante mercado especulativo, que es de lo que más se habla hoy en día al respecto del arte vendido a través de la tecnología *NFT*, esto afecta de manera significativa su valoración y estabilidad.

De acuerdo con Rascón (2009), una obra de arte tiene un carácter mixto: su producción dual de valores (económico y cultura) y debido a la necesidad del paso del tiempo (no es un mercado estático), casi nunca se puede llegar a un punto económico de equilibrio en el mercado de las artes (Rascón, 2009:41). A partir de esta perspectiva, se puede observar que el mercado del arte convencional y el digital, se asemejan en que la oferta y la demanda las determinan factores subjetivos, señalados anteriormente, pero además entre ellos, tienen diferencias significativas, una de las principales son los medios a través de los cuales se consume el arte digital.

2.2 CONSUMO DEL ARTE DIGITAL Y SUS IMPLICACIONES

En el contexto de la economía política contemporánea, el consumo de arte digital emerge como un fenómeno disruptivo que redefine no solo las dinámicas culturales, sino también las estructuras económicas globales. La convergencia entre innovación tecnológica, mercados financieros descentralizados y prácticas especulativas ha catalizado un escenario

donde el arte, tradicionalmente vinculado a la materialidad y la autoría física, se transforma en un activo intangible intercambiable mediante *criptomonedas* y *tokenización*. Este proceso, impulsado por plataformas *blockchain* y la proliferación de *NFTs (tokens no fungibles)*, refleja tendencias económicas más amplias caracterizadas por la búsqueda de diversificación de inversiones en un entorno volátil, la creciente legitimación de activos digitales como reservas de valor y la expansión de mercados secundarios altamente especulativos.

A su vez, esta intersección entre creación artística y dinámicas financieras plantea interrogantes críticos sobre la concentración de capital en espacios digitales no regulados y la tensión entre la democratización del acceso al arte y la reproducción de asimetrías propias de los sistemas económicos convencionales.

Analizar estas implicaciones, requiere desentrañar cómo la especulación, la volatilidad de las criptomonedas y la financiarización del arte digital desafían paradigmas teóricos, redefinen actores económicos y proyectan escenarios futuros donde lo cultural y lo financiero coexisten en una simbiosis compleja, aun en disputa.

2.2.1 Tendencias globales en la economía: inversión, criptomonedas y especulación

La *tokenización* de una obra de arte digital, en la mayoría de los casos, responde a la intención de inscribirla en la lógica de los activos financieros, transformando su naturaleza cultural en un vehículo de inversión mediante tecnologías *blockchain*. Este proceso, asociado frecuentemente a la emisión de *NFTs (tokens no fungibles)*, no solo busca certificar su autenticidad y propiedad, sino también integrarla en circuitos económicos donde prima la valorización especulativa, la liquidez inmediata y la posibilidad de transacciones globales.

Al convertir lo intangible en un bien transable en mercados digitales, la *tokenización* refleja una tendencia más amplia en la economía contemporánea: la financiarización de ámbitos antes marginales a los flujos de capital, donde el arte deja de operar principalmente como un objeto de contemplación estética para convertirse en un instrumento de acumulación de valor, sujeto a las fluctuaciones de mercados altamente volátiles y, en muchos casos, desregulados.

En este contexto, la decisión de *tokenizar* una pieza no se reduce a su preservación tecnológica, sino que evidencia una reconfiguración del valor cultural bajo parámetros financieros, donde la obra se fragmenta en derechos intercambiables, se expone a dinámicas de oferta y demanda agresivas y, en última instancia, se subsume a las mismas fuerzas de especulación que caracterizan a otros activos alternativos en la economía globalizada.

La inversión bursátil consiste en la compra y venta de acciones en los mercados financieros con el objetivo de obtener una rentabilidad a largo o corto plazo. De acuerdo con Graham (1949/1976), el valor de las acciones no siempre refleja de manera precisa el valor intrínseco de las empresas; en cambio, la especulación puede influir en los precios de manera significativa, causando fluctuaciones basadas en el sentimiento del mercado y eventos externos, más allá de los fundamentos empresariales.

Las *criptomonedas*, y en particular el *bitcoin*, representan una forma de inversión altamente volátil y descentralizada, separada del control gubernamental y las instituciones financieras. Antonopoulos (2014), señala que la naturaleza descentralizada y la tecnología *blockchain* de las *criptomonedas* ofrecen tanto oportunidades como riesgos. La especulación ha sido una fuerza motriz detrás de las fluctuaciones de los precios de estas monedas, haciendo que su valor pueda aumentar o disminuir rápidamente sin una correlación directa con activos tangibles.

En el contexto del mercado del arte, las estrategias de inversión buscan mantener o aumentar el valor económico de las obras, en ocasiones mediante la promoción activa de los artistas o la creación de asociaciones con galerías y museos para asegurar la visibilidad y la reputación de las piezas. Como sugiere Thompson (2005), el arte de alto valor económico a menudo se convierte en una forma de activo financiero donde las inversiones no solo se basan en la apreciación estética, sino también en la percepción de exclusividad y estatus. Los coleccionistas pueden influir en el valor económico del arte mediante compras estratégicas o al mantener obras fuera del mercado para reducir la oferta y aumentar la demanda.

En conjunto, estas dinámicas muestran cómo las inversiones en diversos sectores, desde el arte hasta las criptomonedas, se ven afectadas por la especulación y las estrategias de gestión de activos. Mientras que el *bitcoin* ofrece oportunidades de inversión basadas en la

tecnología y la descentralización, el arte convencional continúa siendo un refugio para aquellos que buscan estabilidad y apreciación a largo plazo en un mercado donde el valor no siempre se rige por las mismas normas que los activos tradicionales.

Este modelo opera bajo una lógica colectiva: un grupo de inversores adquiere de manera conjunta una pieza de alto valor, convirtiéndose cada uno en copropietario de una fracción de esta. En el contexto de la economía del arte, sector tradicionalmente vinculado al mercado de lujo y caracterizado por precios prohibitivos, la inversión en obras se ha consolidado como un activo alternativo para diversificar carteras, dando pie a modelos innovadores como la propiedad fraccionada. Un ejemplo paradigmático de este fenómeno es *Artex Stock Exchange*¹⁹, plataforma especializada en la comercialización de participaciones de obras maestras de artistas consagrados.

Al integrar el arte en mercados financieros, *Artex*²⁰ no solo amplía el acceso a un activo históricamente elitista —reconocido por su estabilidad de valor e incluso su apreciación en contextos inflacionarios—, sino que redefine los mecanismos de rentabilidad. Los partícipes no solo se benefician de la potencial revalorización de la obra en el tiempo, sino también de ingresos derivados de su exhibición en exposiciones, préstamos institucionales o licencias de reproducción, eventos que generan flujos económicos recurrentes. Así, la plataforma trasciende la mera transacción para construir un ecosistema en el que el arte, además de su dimensión estética, funciona como un instrumento financiero híbrido: su valor simbólico se entrelaza con cálculos de riesgo, liquidez y retorno, mientras su fragmentación en acciones digitales refleja una tendencia global hacia la financiarización de bienes culturales.

Sin embargo, este enfoque plantea tensiones: al transformar la obra en un vehículo de acumulación, se prioriza su dimensión mercantil sobre su legado cultural, cuestionando hasta qué punto la democratización de la inversión coexiste con la preservación de la integridad artística en un mercado cada vez más regulado por algoritmos y expectativas de rentabilidad a corto plazo. Este tipo de inversión se asemeja a las estrategias en mercados financieros convencionales, proporcionando a primera vista un enfoque moderno y digital al mercado

¹⁹ <https://artexgm.com/>

²⁰ <https://www.artexgm.com/>

artístico en México.

Otra plataforma que se posiciona específicamente en Latinoamérica y trabajo bajo el mismo esquema es Cubic²¹, y en su sitio web específica: “Maximiza el comportamiento de tu portafolio, incluyendo alternativas de inversión como piezas de arte en co — propiedad.”²²

No obstante, el vínculo entre los mercados de inversión y el mercado del arte pone de manifiesto las profundas desigualdades estructurales que persisten a nivel global entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo. En los países desarrollados, el arte ha sido integrado plenamente como un activo financiero, respaldado por sistemas robustos de regulación, instituciones culturales consolidadas y una base de coleccionistas e inversionistas con alto poder adquisitivo. En contraste, los países en vías de desarrollo enfrentan múltiples barreras: desde la falta de infraestructura cultural y tecnológica hasta la limitada capacidad de sus artistas para acceder a mercados internacionales, lo que restringe la valorización de sus obras.

Esta disparidad refleja no solo las diferencias en el acceso al capital y la tecnología, sino también el impacto de las dinámicas históricas de dependencia y subordinación económica que perpetúan la posición periférica de estas naciones en el sistema — mundo capitalista. Así, el mercado del arte se convierte en un espacio donde las relaciones desiguales de poder económico se reproducen, consolidando el predominio de los centros globales sobre las periferias culturales.

Sin embargo, más allá de que las obras artísticas contemporáneas se encuentren en un estado de fragmentación, especulación financiera y conversión en activos digitales, su producción y consumo, aunque aparentemente automatizados por algoritmos y plataformas digitales, siguen arraigados en dinámicas humanas fundamentales. Estas incluyen necesidades sociales como el reconocimiento, la pertenencia comunitaria y la búsqueda de sentido en un mundo hipertecnologizado (Han, 2021; Zuboff, 2019).

²¹ <https://www.cubic.art/>

²² <https://www.cubic.art/why-art.html>

2.2.2 El arte digital como satisfactor de necesidades en el desarrollo humano

En el presente apartado se retoman los conceptos de necesidades y satisfactores del texto de Desarrollo a de acuerdo con de Max — Neef (1993), para ubicar, el Arte Digital como un tipo de satisfactor de las necesidades humanas; para este propósito, explicando la matriz taxonómica de necesidades y satisfactores de manera resumida propuesta por el autor e identificar dos sujetos principales en el proceso de circulación económico de una pieza artística digital: artista y consumidor, explicando qué necesidades y qué tipo de satisfactor cubre el arte digital de acuerdo en donde este posicionado el objeto de estudio.

Adicionalmente, se contrastó la taxonomía de necesidades y satisfactores de Max-Neef (1993) con la pirámide de necesidades de Maslow (1943) para identificar convergencias y tensiones teóricas. Este análisis fundamenta una crítica a los modelos de desarrollo aplicados en países periféricos —como México—, donde las políticas públicas priorizan necesidades de supervivencia mediante transferencias monetarias y subsidios focalizados, relegando satisfactores axiológicos y de autorrealización propuestos por ambos marcos

Es esencial, en primera instancia, para abordar el eje temático propuesto, confortar los diferentes conceptos de desarrollo humano, para este fin, se retomarán los textos de (1990) y el de Latouche (2010).

Resulta relevante conocer el origen histórico de la palabra desarrollo y cuáles son las condicionantes históricas a las que se hace acepción cuando utilizamos la palabra.

El origen de la palabra desarrollo viene de deriva del verbo “desarrollar”, que se compone del prefijo “des”, que denota negación o inversión de la acción, y “arrollar”, del latín *rotulāre*, derivado de *rotūlus*, que traduce ‘rodillo’. En este sentido, la palabra desarrollar es una derivación de desenrollar, y puede significar desenvolver, extender o ampliar (Moos, R., 1974:17).

Usualmente, el término desarrollo se le relaciona con la idea de progreso e industrialización, por lo tanto, indicadores como el PIB y el PIB per cápita por país, son los

que se toman en cuenta para designar si un país es desarrollado o se encuentra en vías de desarrollarse, es decir desde una visión economicista. En una visión más amplia, el PNUD (1990) nos dice con respecto a la palabra: El desarrollo humano es un proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, estas oportunidades son:

- Una vida prolongada y saludable
- Acceso a la educación
- Disfrute de un nivel de vida decente
- Libertad económica, política y social
- Posibilidad de ser creativo y productivo
- Garantía de los derechos humanos (pág. 31)

Las oportunidades a las que deberíamos de tener acceso todas las personas, frecuentemente no se ven perpetuados visiblemente:

Mejor nutrición y servicios médicos, mayor acceso a los conocimientos, vidas más seguras, mejores condiciones de trabajo, protección contra el crimen y la violencia física, horas de descanso más gratificantes y un sentimiento de participación en las actividades económicas, culturales y políticas de sus comunidades. También desean mayores ingresos como parte de sus oportunidades. Pero el ingreso no es la suma total de la vida humana (PNUD, 1990:31).

Y aquí es en donde la teoría de Max — Neef (1993), toma relevancia cuando se cuestiona con respecto a la calidad de vida de las personas: “La calidad de vida dependerá de las posibilidades que tengan las personas de satisfacer adecuadamente sus necesidades humanas fundamentales. Surge otra interrogante: ¿Cuáles son esas necesidades fundamentales? y/o ¿quién decide cuáles son?” (pág.40).

Max — Neef (1993), habla acerca de la diferenciación entre necesidades y satisfactores, que usualmente están mimetizados uno con el otro, y suelen confundirse en el imaginario colectivo de la siguiente manera: si se tiene un nivel económico alto esto significa que en

automático sus necesidades estarán resueltas y en la actual sociedad, solemos posicionar al satisfactor consumo material como el que puede resolver todas nuestras necesidades en esta visión economicista.

Y es que en el consumo material es sumamente importante en el patrón económico hegemónico vigente, ya que es fundamental que el ciclo económico de las mercancías se perpetúe a través de la adquisición de productos, estos ciclos deben ser cada vez más cortos, para poder acumular mayor capital en el menor tiempo posible y mejorar la productividad, que se mide en números, para esto existe una sobreoferta de productos con nulo valor de uso, pseudosatisfactor de múltiples necesidades.

En la actualidad, el *marketing* y la publicidad influyen de manera preponderante en que ciclo económico de una mercancía llegue a perpetuarse. A través de lenguajes audiovisuales que principalmente saturan nuestra psique de la búsqueda de placer continuo e inmediato, presionando al individuo a querer cumplir ciertos estatus que se van modificando conforme lo que va dictando la sociedad, bajo esta lógica el éxito se consigue por las posibilidades de adquisición de productos.

La integración de la tecnología y digitalización en nuestros entornos de vida también contribuye a exacerbada insatisfacción material. En este sentido, García Hodgson (2006) afirma que “la «proliferación» de objetos técnicos producida por el discurso capitalista forma parte de aquellas ofertas «codificantes» del deseo como un medio de suturar aquel «plus de goce» liberado por la insatisfacción” (p. 80). Max — Neef (1993), también hace alusión a la sociedad posmoderna, caracterizada por el consumo masivo de productos, aunque no la señala explícitamente como la acabo de describir, nos dice:

Es tal la velocidad de producción y diversificación de los artefactos, que las personas aumentan su dependencia y crece su alienación a tal punto, que es cada vez más frecuente encontrar bienes económicos (artefactos) que ya no potencian la satisfacción de necesidad alguna, sino que se transforman en fines en sí mismos (pág. 54).

Cabe señalar que el modelo de Max – Neef (1993), está planteado para su aplicación en pequeñas sociedades y/o comunidades, es decir, en un nivel regional microeconómico, no pretende que sea algo macro y, por lo tanto, abarcativo en la mayoría de las sociedades y/o comunidades.

Max — Neef (1993), plantea la necesidad de hacer una diferenciación entre necesidades y satisfactores. Para él las necesidades humanas fundamentales son finitas, pocas y clasificables, lo que cambia, a través del tiempo y de las culturas, en contrapartida con los satisfactores, él los define como la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades (pág. 42).

Por ejemplo: el hecho de visitar una cafetería y quedar con algunas amistades para desayunar, es un satisfactor que puede cubrir varias necesidades al mismo tiempo, en primera instancia cubre la necesidad de subsistencia (alimentación), así como la necesidad de identidad, ocio, afecto y entretenimiento; si únicamente visitáramos la misma cafetería para desayunar porque no queda de paso para ir al trabajo, estaríamos cubriendo únicamente la necesidad de subsistencia y tal vez de ocio.

En la siguiente tabla, podemos visualizar la taxonomía de necesidades y satisfactores propuestas por Max-Neef (1993).

Tabla 2.1. Matriz de la taxonomía de las necesidades humanas para el desarrollo

Necesidades según categorías axiológicas	Necesidades según categorías existenciales			
	Ser	Tener	Hacer	Estar
Creación	pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad	habilidades, destreza, método, empleo, ocupación	trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar	Ámbitos de producción y retroalimentación, talleres, ateneos, audiencias, espacios de expresión, libertad temporal
Identidad	pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad	símbolos, lenguajes, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo	comprometters e, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer	socio - ritmos. entornos de la cotidianidad, ambitos de pertinencia, etapas madurativas
Libertad	autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, intolerancia	igualdad de derechos	discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar	plasticidad, espacio - temporal

Fuente: Max – Neef (1993: 58)

Los satisfactores pueden ordenarse y desglosarse dentro de los cruces de una matriz que, por un lado, clasifica las necesidades según las categorías existenciales de ser, tener, hacer y estar; y por el otro, las clasifica según categorías axiológicas de subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. (Max – Neef, 1993:58)

Aquí es importante esta apertura de las necesidades según del ser, tener y estar, porque usualmente, cuando pensamos en necesidades humanas, tomamos como referencia la conocida pirámide de Maslow que las posiciona en una pirámide escalonada, para darles cierto valor jerárquico, y conforme se va resolviendo por partes cada uno de los escalones, podemos avanzar hacia un estadio más alto dentro de dicha pirámide. Es decir, Abraham Maslow (1943) proponía que para aspirar a la autorrealización (búsqueda individual del éxito), debíamos tener cubiertas las necesidades que se encontraban debajo de la pirámide (necesidades fisiológicas, de seguridad y protección, afiliación, reconocimiento y estima), la autorrealización se encuentra en la parte alta de la pirámide y tiene un sentido abstracto, ya que no posee un concepto específico, sino que depende de cada persona que considere como autorrealización, tiene una sinergia de verticalidad y, por lo tanto, de autonomía del ser con respecto a la comunidad. En contrapartida, la propuesta de Max – Neef (1993), posee una simetría hacia la horizontalidad, dándole la misma importancia a cada una de las necesidades humanas y colocando al individuo inserto en una sociedad.

Los satisfactores en la propuesta de Max – Neef (1993) pueden tener diversas características que abarcan un amplio abanico de posibilidades. Propone distinguir con la finalidad de análisis pragmático al menos cinco tipos: violadores o destructores, pseudo — satisfactores, satisfactores inhibidores, singulares, sinérgicos, exógenos y endógenos (págs. 60 — 63). Los satisfactores violadores o destructores les asigna un sentido negativo y dice que son elementos de efecto paradójico, ya que no solo aniquilan la posibilidad de su satisfacción en un plazo mediano, sino que la imposibilitan, los pseudo — satisfactores son elementos que estimulan una falsa sensación de satisfacción de una necesidad determinada. Sin la agresividad de los violadores o destructores, su atributo especial es que generalmente son inducidos a través de propaganda, publicidad u otros medios de persuasión.

Los satisfactores inhibidores son aquellos que por el modo en que satisfacen (generalmente sobresatisfacen) una necesidad determinada, dificultan seriamente la posibilidad de satisfacer otras necesidades. Su atributo es que, salvo excepciones, se hallan ritualizados, en el sentido de que suelen emanar de hábitos arraigados; los satisfactores singulares son aquellos que apuntan a la satisfacción de una sola necesidad, siendo neutros respecto a la satisfacción de otras, son característicos de los planes y programas de desarrollo, cooperación y asistencia, su principal atributo es el de ser institucionalizados (Max – Neef, 1993: págs. 60 – 63).

Los satisfactores sinérgicos, son aquellos que por la forma en que satisfacen una necesidad determinada, estimulan y contribuyen a la satisfacción simultánea de otras necesidades. Su principal atributo es el de ser contrahegemónicos en el sentido de que revierten racionalidades dominantes tales como las de competencia y coacción.

Los satisfactores exógenos y endógenos, los primeros son satisfactores impuestos usualmente de arriba hacia abajo, y una vez instalados en el grueso de la sociedad se institucionalizan, los segundos son lo opuesto a esto. (Max – Neef, 1993:64).

Bajo esta lógica nos preguntamos ¿Qué tipo de satisfactor ocupa el producir arte digital para el artista digital?

Para el artista digital, el producir arte digital es un satisfactor sinérgico, de creación en las categorías axiológicas, que cubren las cuatro categorías existenciales (ser, tener y estar). Hay que señalar que tipo de satisfactor es el arte digital en el artista, podría parecer algo determinista, ya que puede variar, dependiendo del contexto de cada individuo.

En este contexto, marcado por las necesidades y satisfactores del arte digital, surge la interrogante: ¿podría el arte digital encuadrarse en alguna categoría negativa de la taxonomía propuesta por Max-Neef?

En una fase inicial, cuando el arte digital se encuentra en manos del artista, no encaja en dicha categoría. Sin embargo, al involucrar al consumidor, podría situarse en un punto intermedio, actuando como un satisfactor inhibitor (en el momento de ser espectador de una pieza de arte digital) y si llegara a adquirir la pieza artística, este podría transformarse en un pseudo satisfactor, reflejando dinámicas de consumo que no necesariamente cubren necesidades de primer orden.

Surgen otro tipo de interrogantes: ¿es posible para el artista digital ubicar su proceso de producción como un pseudo satisfactor o como un satisfactor violentador o alguna de las categorías negativas de satisfactor? Si es posible, pero depende del contexto del artista digital, así como del proceso de producción que siga para llegar a su fin (pieza artística).

Por ejemplo: Un artista digital que se dedica a la pintura de paisajes estéticamente bellos, los realiza de esta manera, porque este tipo de concepto le ha sido funcional para poder vender sus cuadros en el mercado artístico de manera competitiva; sin embargo, llega a un punto de saturación creativo en donde ya no quiere seguir haciendo ese tipo de cuadros (paisajes bellos), pero debido a que ya está condicionada su creación artística al mercado, debe de seguir trabajando bajo esa premisa estética y conceptual (paisajes estéticamente bellos).

Probablemente, llegue un punto en el cual la necesidad de creación a través del satisfactor sinérgico de producción de pinturas estéticamente agradables, se convierta en un pseudo satisfactor o un satisfactor inhibitor, incluso puede ser un satisfactor exógeno, ya que está trabajando por algo impuesto desde afuera (el mercado). Estas vertientes cobran relevancia en un país como México, que estamos catalogados como en vías, desarrollo, tercer mundo y / o dependetistas, dependiendo de la visión que se quiera retomar. Cabe cuestionarse si los programas que apoyan el ámbito cultural son importantes, ya que no se han resuelto necesidades básicas, de supervivencia en el grueso de la población. Aquí, dependiendo del modelo que se quiera retomar se tendrá una respuesta: si tomamos el modelo piramidal de Maslow, la indicación sería que la mayoría del presupuesto se debería de destinar a únicamente resolver los problemas de supervivencia (alimentación y salud), si tomamos el modelo de Maslow – Neef en donde las necesidades tienen una sinergia y horizontalidad en cuanto a su nivel de jerarquía, podemos decir que se deben de cubrir necesidades de creación, identidad, ocio y

esparcimiento, para tener una visión más integral, por ende es importante que el presupuesto sea repartido de una manera más equitativa, tomando en cuenta que el individuo es un ser holístico y no un ente objetual que vive en sociedad.

El modelo de satisfactores y necesidades de Max – Neef (1993) en donde el poder adquisitivo del individuo no es lo más importante, va de la mano con la teoría de decrecimiento de Latouche (2010), él propone la descolonización del imaginario del significado de las palabras crecimiento y desarrollo (Latouche, 2010:48), que como comentábamos en la segunda hoja del presente ensayo, estas palabras usualmente están correlacionadas con una visión economicista de progreso:

Los economistas establecieron que la felicidad puede cuantificarse materialmente mediante bienes transables en el mercado. Este enfoque vinculó el bienestar a la posesión material, equiparando prosperidad con acumulación. Tras la Segunda Guerra Mundial, este paradigma impulsó la competencia global por maximizar el PIB, generando una jerarquía económica: Estados Unidos en la cúspide, seguido por Europa, México en posiciones medias, y África en la base. (Latouche, 2010:48)

Particularmente, esto cobra relevancia en la actualidad, ya bajo la lógica de un avance significativo del conocimiento cognitivo como capital fijo en las nuevas economías de mercado, el afianzamiento de la cultura (conformador de este tipo de capital) en el ámbito económico ha ido aumentando exponencialmente, específicamente en México, de acuerdo con los datos estadísticos del INEGI (2024), la cuenta satélite de cultura aporta un 2.7% del PIB en el 2023.²³

La teoría de Max-Neef ilumina cómo el arte digital podría satisfacer necesidades humanas profundas, pero la subsunción real —según Veraza— expone su instrumentalización por el capital. Así la matriz de necesidades de Max Neef en el arte digital nos lleva a visualizar

²³ El 2.7% serían MX\$ 820,963 millones. Desglosado de la siguiente forma: Mercado privado (2.19%), hogares (0.39%), gestión pública (0.16%). Subsectores líderes: Artesanías (19.1%), contenidos digitales (18.1%), medios audiovisuales (17.6%)

una dependencia tecnológica como nueva forma de subsumir las necesidades del artista y del consumidor de arte digital al capital. La subsunción real no solo afecta la producción, sino también la psique del consumidor, normalizando la mercantilización de lo intangible.

Así, el arte digital encapsula la contradicción entre potencial emancipador y sujeción capitalista, un campo fértil para repensar la economía política del siglo XXI.

En este contexto, la subsunción real del consumo del arte digital se lleva a cabo como una extensión de las mismas dinámicas de subordinación económica observadas en el sistema — mundo capitalista. A través de plataformas digitales y mercados globalizados, el arte digital no solo se consume como mercancía, sino que también se integra completamente en los circuitos del capital, subordinando su valor cultural a su capacidad de generar valor económico. Esto consolida una lógica en la que el consumo del arte digital, lejos de democratizar el acceso cultural, refuerza las relaciones de dependencia entre los centros de producción tecnológica y cultural, y las periferias que absorben estos productos bajo las condiciones impuestas por el capital global.

2.2.3 Subsunción real del consumo del arte digital en el capitalismo cultural

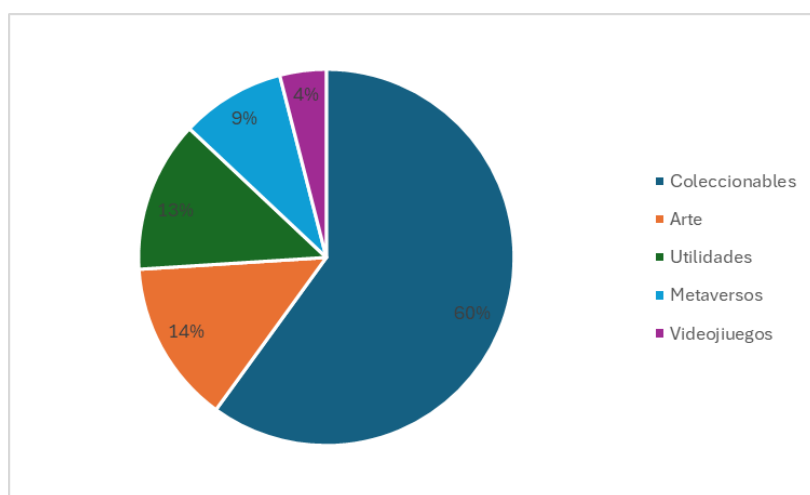
Según Veraza, la convergencia entre la nueva generación informática y la división internacional del trabajo —intensificada por el endeudamiento de economías periféricas como México hacia centros hegemónicos como Estados Unidos— configura una dinámica de dependencia tecnofinanciera; se maneja la deuda como un instrumento de dominio imperialista, el cual se puede ver reflejado en los patrones de consumo de la población en general: “el consumo tradicional y de productos nacionales se ha modificado hacia uno altamente estandarizado, globalizado y alienado hacia la acumulación de capital del país hegemónico dominante, en este caso Estados Unidos” (Veraza, 2008: 65).

Esta modificación de la manera en que consumimos, lo podemos ver reflejado en las altas tasas de crédito que los bancos suelen otorgar a sus tarjetahabientes y el tipo de productos que adquirimos (altamente industrializados y de origen extranjero). Dicho patrón no queda exento en el arte digital:

Se observa una marcada preferencia por consumir arte digital extranjero (principalmente estadounidense y europeo) frente al producido localmente. Esta tendencia no responde únicamente a inercias coloniales, sino también a lógicas de rentabilidad: las obras foráneas se adquieren como activos especulativos con mayor potencial de revalorización en mercados secundarios.

Dicha dinámica se confirma cuantitativamente. Según el NFT Market Report (2023), estudio de referencia en el sector, el 78% de las colecciones transadas en plataformas latinoamericanas pertenecen a artistas angloparlantes, mientras que solo el 12% corresponde a creadores locales. Este desequilibrio evidencia cómo la fetichización financiera —donde el arte se valora como vehículo de inversión— refuerza patrones geoculturales jerárquicos. Como señala el informe: “Los coleccionistas priorizan obras con historial de apreciación en subastas globales (promedio del 30% anual vs. 8% en arte local), perpetuando circuitos excluyentes” (p. 41)

Gráfico 2.1. Volumen de transacciones de NFT.



Nota. Elaboración propia basándome en el reporte de *Non Fungible* (2022).

En el gráfico 1 se puede observar cómo el 60% del volumen de transacciones de *NFT*, está dominado por coleccionables, ubicando en un segundo lugar el arte con un 14%, utilidades con un 13%, al final se encuentran *metaversos* con un 9% y videojuegos con un 4%

El completo dominio de las obras coleccionables, nos indica que es un mercado más rentable, al mismo tiempo, la mayoría de las colecciones son de origen estadounidense, y en

tercer lugar las grandes marcas a la que hace mención el reporte (*Starbucks, Ticketmaster, etc.*) también de origen norteamericano están ingresando con gran fuerza en el mercado del *NFT*, monopolizándolo, hacia el imperialismo y la acumulación de capital. Esto último resulta paradójico, porque el mercado de *criptomonedas, blockchain* y *NFTs*, surge como una propuesta para descentralizar el poder de los grandes monopolios y bancos hegemónicos, y finalmente, empieza a caer bajo el dominio de lo que un inicio estaba huyendo.

Nos puede indicar que en el mercado de *NFT*, que cabe señalar, no es de uso exclusivo para arte digital, sino aplicable a otros sectores, los coleccionables están dominando, porque como se hizo mención en párrafos anteriores, constituyen activos más fáciles de vender y obtener un mayor margen de ganancia.

En el caso de México, como señala Veraza (2008), “la estructura social experimentó una transformación significativa a partir de la década de 1970, transitando de un modelo productivista y enfocado en el ahorro hacia una dinámica marcadamente consumista” (p.66). Dentro de este paradigma, el arte digital emerge como uno de los bienes de consumo simbólicos que encapsulan las contradicciones de la era actual. Su consumo, particularmente en el contexto de los *tokens no fungibles (NFTs)*, opera bajo mecanismos análogos a las subastas tradicionales: los interesados realizan ofertas por una pieza, y quien presenta la propuesta económica más elevada adquiere el derecho de propiedad, certificado mediante un *NFT*.

Este proceso no solo refleja la mercantilización de lo intangible, sino que evidencia la lógica especulativa del mercado, donde el objetivo central es maximizar las ganancias mediante la adquisición y posterior reventa de activos digitales a precios inflados. En este escenario, aspectos como las tendencias —impulsadas por algoritmos y redes sociales—, la capacidad de una obra para ser coleccionable o la notoriedad previa del artista adquieren un peso determinante, relegando a un segundo plano consideraciones estéticas o conceptuales.

Así, el mercado del arte digital en México, lejos de democratizar el acceso a la cultura, reproduce jerarquías propias del capitalismo financiero: la valoración de la obra se reduce a su potencial de apreciación monetaria, mientras su consumo se integra a ciclos de acumulación donde lo artístico se subsume a la rentabilidad, consolidando una economía de símbolos que

prioriza el intercambio especulativo sobre la experiencia cultural transformadora.

Factores inherentes a la creación artística —como la originalidad, la trascendencia simbólica y la profundidad conceptual— corren el riesgo de ser relegados a una dimensión secundaria frente a la lógica imperante del capital acumulativo. Este fenómeno se manifiesta cuando los criterios de valoración estética y cultural son desplazados por métricas financieras, así, el ¿cómo? —es decir, los procesos creativos y técnicos—, el ¿cuándo? —la temporalidad de producción y circulación—, y el ¿dónde? —los espacios físicos o virtuales de exhibición— quedan subordinados a dinámicas de mercantilización acelerada.

La *tokenización*, por ejemplo, no solo desmaterializa la obra, sino que reorienta su existencia hacia ciclos de valorización especulativa: la obra se convierte en un nodo dentro de redes de transacciones *blockchain*, donde su relevancia depende menos de su innovación conceptual que de su capacidad para generar plusvalía en mercados secundarios. Así, la acumulación de capital redefine las prioridades del ecosistema artístico: proyectos que podrían considerarse efímeros o experimentalmente arriesgados son descartados en favor de aquellos que prometen rentabilidad rápida, adaptándose a algoritmos de tendencias y a la volatilidad de *criptoactivos*. Esta subordinación no solo distorsiona la autonomía creativa, sino que fragmenta la narrativa histórica del arte digital, reduciendo su potencial crítico o transformador a la condición de *commodity* intercambiable.

Incluso la democratización aparente que ofrecen las plataformas descentralizadas se ve tensionada por jerarquías emergentes: los mecanismos de visibilidad y validación suelen reproducir estructuras de poder financiero, donde coleccionistas e inversores —más que curadores o críticos— dictan los parámetros de lo “valioso”. En este escenario, el arte digital enfrenta una paradoja: mientras su naturaleza intangible y replicable desafía las nociones tradicionales de autoría y propiedad, su inserción en circuitos de acumulación capitalista reinstaura nuevas formas de exclusión, donde el valor cultural se diluye en un mar de transacciones y la obra, en vez de trascender como expresión humana, se consume como un eslabón más en la cadena de valorización abstracta del capital.

La subsunción real del consumo del arte digital en el capitalismo cultural se manifiesta con particular nitidez en México, donde las estructuras e instituciones del sector —desde

galerías hasta plataformas de digitalización— operan como engranajes de un sistema que transforma lo creativo en mercancía financierizada.

Este fenómeno no solo implica que la producción y el consumo de arte digital se organicen bajo lógicas de valorización capitalista —donde obras y artistas son evaluados por su rentabilidad potencial más que por su aporte estético o crítico—; esto ha originado una tensión entre la institucionalidad y el mercado.

Así, el ecosistema mexicano del arte digital oscila entre la innovación institucional y la reproducción de dinámicas extractivas, donde la subsunción real no solo captura la obra en cadenas de valor transnacionales, sino que reconfigura las propias estructuras locales bajo un paradigma donde el arte, antes espacio de resistencia, deviene en un eslabón más de la acumulación flexible del capitalismo actual.

La tensión entre la innovación institucional y la reproducción de dinámicas extractivas en el ecosistema mexicano de arte digital no puede comprenderse sin analizar las estructuras que lo sostienen. Las principales instituciones que conforman este ámbito —desde espacios públicos como el Centro de Cultura Digital y el Laboratorio Arte Alameda, enfocados en la experimentación tecnocrítica, hasta plataformas privadas de *tokenización* como VIV3²⁴ o *startups* locales especializadas en *NFTs*— operan como nodos que, aun promoviendo discursos de vanguardia, reproducen la subsunción del arte bajo lógicas capitalistas.

Mientras instituciones públicas buscan equilibrar la promoción cultural con demandas de financiamiento externo, las plataformas comerciales priorizan la conversión de obras en activos líquidos, replicando modelos globales de especulación. Incluso colectivos independientes y residencias artísticas, aunque impulsan prácticas disruptivas, enfrentan presiones para alinearse con criterios de "escalabilidad" o "sostenibilidad económica" impuestos por fondos mixtos o patrocinios.

Esta dualidad institucional no solo evidencia la penetración del capitalismo en las esferas culturales mexicanas, sino que interroga el funcionamiento práctico de estas entidades

²⁴ <https://shadow.app/drops>

en su papel de legitimar, cuestionar o negociar la mercantilización del arte digital. Responder a esta cuestión exige desentrañar sus roles específicos, alianzas transnacionales y capacidad para sostener —o subvertir— la paradoja de una producción artística que navega dialécticamente entre la resistencia creativa y su asimilación como recurso acumulable.

CAPÍTULO 3. ESTRUCTURAS E INSTITUCIONES DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO

Este capítulo examina los dispositivos institucionales que legitiman tanto las obras como condición de arte cuanto a sus creadores como artistas, indagando cómo el público participa —mediante prácticas de consumo, validación crítica o resistencia— en la configuración de estos procesos de consagración cultural, al interactuar con estas obras, se constituye en un tipo particular de consumidor, incluso cuando su participación no involucra transacciones económicas directas. La mera observación o interpretación de la obra puede interpretarse como una forma de consumo simbólico, una apropiación no material que dista de la concepción tradicional vinculada a la adquisición mercantil.

Como bien señala Boutique (2015), la relación entre arte y mercado ha sido inherente a su existencia: desde la antigüedad, la producción artística ha coexistido con dinámicas comerciales, ya sea mediante la venta directa, el mecenazgo o la intermediación de galerías y agentes. No obstante, esta simbiosis histórica ha estado marcada por tensiones irresueltas, pues el valor estético y cultural del arte —inherentemente subjetivo y contextual— resiste su reducción a métricas cuantificables, desafiando las lógicas instrumentales del mercado.

Paradójicamente, este mismo mercado ha funcionado como catalizador de la innovación artística: la demanda de coleccionistas y la competencia por visibilidad han impulsado a artistas a explorar técnicas vanguardistas, redefiniendo fronteras disciplinares. En el arte digital, esta dualidad adquiere nuevas dimensiones: las plataformas de exhibición y *tokenización* no solo validan obras, sino que reconfiguran los modos de consumo, transformando la contemplación en datos, la crítica en *engagement* y la autoría en marca. Así, el capítulo problematiza la paradoja central de un sistema donde lo artístico oscila entre su potencial emancipador y su subsunción a circuitos de valorización capitalista, revelando que incluso la interacción aparentemente desinteresada con una obra digital está mediada por estructuras institucionales que normalizan —y monetizan— la experiencia estética como un acto de consumo en sí mismo.

La promesa inicial de descentralización, democratización y coautorías que acompañó el surgimiento del arte digital en el marco de la web 3.0 —presentada como una ruptura con los modelos jerárquicos del arte convencional— se ha visto cooptada por dinámicas propias

del capitalismo cognitivo y financiero, tal como se analizó en el capítulo anterior (Apartado 2.2.1 y 2.2.2). Lejos de materializarse como utopías tecnocráticas, estos principios han sido instrumentalizados bajo lógicas de acumulación flexibles: la descentralización se traduce en plataformas *blockchain* que replican asimetrías de poder bajo nuevos protocolos; la democratización se reduce a acceso superficial en mercados altamente competitivos donde priman algoritmos de visibilidad; y las coautorías, ideales colaborativos, son absorbidas por modelos extractivos que monetizan datos y afectos colectivos.

Esta metamorfosis no es accidental, sino sintomática de la subsunción real del arte digital en circuitos de valorización especulativa, donde tecnologías disruptivas —como contratos inteligentes o tokens— operan como dispositivos de captura, transformando prácticas críticas en *commodities* (vg) gestionables bajo parámetros de rentabilidad. Así, lo que comenzó como un proyecto emancipatorio se reconfigura en un ecosistema donde la retórica de la innovación encubre la reproducción de desigualdades estructurales, ahora mediadas por interfaces digitales y narrativas de "inclusión" neoliberal. Es importante señalar que para poder tener interacción en estas plataformas se necesita un monedero digital (en el entorno digital lo denominan *wallet*), es una billetera digital que se utiliza para almacenar, recibir y enviar criptomonedas, así como otros activos digitales, incluidos los *NFTs*.

La operatividad predominante de estas plataformas se basa en mecanismos de subasta inversa digital, donde las piezas o colecciones artísticas se cotizan inicialmente en criptomonedas —principalmente *ETH (Ethereum)*—, estableciendo un precio base algorítmico que funciona como punto de partida para la puja competitiva. En este modelo, el licitador que supere el umbral económico definido por el vendedor —ya sea mediante ofertas automáticas o incrementos manuales— adquiere derechos de propiedad certificados por *blockchain*, siempre que el artista o titular actual valide la transacción. Sin embargo, la dinámica no concluye con la adquisición: el nuevo propietario puede reinsertar la obra en el mercado secundario, reiniciando el ciclo de valorización con un precio revisado —habitualmente superior—, lo que genera una espiral especulativa sin límite predefinido. Este proceso, sustentado en contratos inteligentes (*smart contracts*), no solo automatiza la intermediación, sino que institucionaliza la reventa interactiva como norma, transformando cada transacción en un eslabón de una cadena de apreciación financiera abstracta, desanclada de criterios estéticos o culturales. Así, la subasta digital se revela como un dispositivo de mercado que trasciende la mera transferencia

de propiedad: es un motor de liquidez artificial donde el arte opera simultáneamente como activo, mercancía y vector de capital flotante.

En palabras de Boltanski y Esquerre (2022), esta manera de compra y venta coincide con la manera en la que funciona una sociedad mercantil de inspiración liberal:

La clase de cosas que se valorizan en la economía del enriquecimiento, — como es el arte *NFT* —, pueden integrarse en el mundo del comercio, que tienen diferentes lógicas — dependiendo del producto y mercado— sin embargo, tienen en común que cambian de manos, es decir, que circulan entre una multitud de personas, todas ellas capaces de convertirse en propietarias, es decir, de poseerlas, y llegado un momento dado, venderlas de nuevo a condición de que se pague una gran suma de dinero (Boltanski y Esquerre, 2022: 172).

La consolidación de la denominada “sociedad de consumo” a partir de la década de 1970 —fenómeno analizado críticamente por teóricos como Baudrillard y Bauman— representa una fase avanzada del capitalismo tardío, donde la adquisición de bienes trasciende la satisfacción de necesidades materiales para convertirse en un ritual de compras compulsivas. En este paradigma, el consumo opera como dispositivo ideológico: la posesión de objetos, incluso aquellos superfluos o efímeros, se naturaliza como vector de identidad y estatus, mientras el sistema capitalista reproduce su lógica expansiva a través de la mercantilización de lo simbólico. El arte, históricamente refractario a la reducción mercantil, no escapa a esta dinámica: su circulación en circuitos de lujo y especulación lo transforma en un fetiche que encarna tanto plusvalía económica como capital cultural.

Este proceso se entrelaza con la evolución del mecenazgo: si en épocas preindustriales el patrocinio artístico respondía a intereses individuales o dinásticos, el siglo XX asistió a su institucionalización bajo estructuras corporativas, museísticas y filantrópicas. Aunque el control directo sobre la temática por parte del mecenas —característico del Renacimiento— se ha diluido, persisten mecanismos sutiles de influencia. Las fundaciones privadas, los fondos de inversión artísticos y las empresas que financian bienales o residencias suelen privilegiar proyectos alineados con narrativas de innovación tecnológica, sostenibilidad o inclusión, ejes

discursivos compatibles con sus agendas de responsabilidad social corporativa (RSC). Así, el mecenazgo contemporáneo no solo subsidia, sino que selecciona y contextualiza la producción cultural, filtrando lo “exhibible” bajo criterios de rentabilidad simbólica.

En este ecosistema, la trayectoria de un artista digital no se define únicamente por su creatividad, sino por su capacidad para navegar redes de validación interdependientes. Factores como el respaldo de galerías consagradas —que funcionan como *gatekeepers* (vg) legitimadores—, la adquisición de obras por coleccionistas influyentes (cuyo gusto opera como profecía autocumplida en los precios), o la participación en exposiciones institucionales (museos, ferias internacionales) actúan como aceleradores de reputación. A estos se suma un criterio cuantitativo — paradójico: el precio alcanzado en subastas, lejos de ser un mero reflejo de valor estético, se erige en indicador de relevancia histórica, retroalimentando ciclos de especulación. La interdependencia entre el mercado del arte y las economías nacionales se complejiza así en la era digital: plataformas globales de *NFTs* y algoritmos de recomendación redistribuyen el poder de consagración, pero no subvierten la hegemonía de actores tradicionales (marchantes, curadores, élites financieras), sino que hibridan sus roles en un paisaje donde lo cultural y lo financiero colisionan y se coproducen

3.1. ESTRUCTURAS Y CONFIGURACIONES DEL ARTE DIGITAL EN MÉXICO

En primer lugar, se analizarán el papel de museos, galerías, festivales y bienales en México como instituciones legitimadoras del valor artístico, cuya vigencia persiste pese a las transformaciones tecnológicas (Bourdieu, 1993). Estas entidades operan como *gatekeepers* culturales, definiendo qué producciones se integran al canon estético mediante mecanismos de consagración que combinan capital simbólico e intereses económicos (Moulin, 1992). Posteriormente, se analizará el perfil de los principales coleccionistas de arte contemporáneo mexicano, considerando que el arte digital —por su carácter emergente y su resistencia a ser categorizado bajo parámetros convencionales— aún carece de un circuito específico de coleccionismo (Benjamin, 1936/2003). Esta ambigüedad categorial refleja tensiones entre innovación tecnológica y estructuras de validación tradicionales, donde coleccionistas suelen actuar como *brokers* (*vg*) de valor bajo criterios que priorizan la rentabilidad sobre la experimentación (Velthuis, 2005).

Finalmente, se analizarán críticamente colecciones de arte digital global y mexicano con impacto sociocultural significativo, deconstruyendo cómo su recepción pública —mediatizada por controversias o viralización— negocia el estatus ambiguo entre autonomía artística y mercancía en economías digitalizadas (Manovich, 2001).

3.1.1 Diferencia entre museo, galería, festivales y bienales

En el ecosistema artístico, museos, galerías, festivales y bienales operan como instituciones diferenciadas en función de sus objetivos, temporalidad y mecanismos de legitimación. Los museos —tanto públicos como privados— son entidades permanentes enfocadas en la preservación, investigación y exhibición de obras bajo criterios históricos o temáticos, actuando como custodios de capital cultural (Duncan, 1995). Su legitimidad deriva de su capacidad para consagrar narrativas canónicas, aunque su rigidez institucional suele limitar la inclusión de prácticas emergentes como el arte digital (Bourdieu, 1993). Por su parte, las galerías —espacios comerciales privados— priorizan la intermediación entre artistas y coleccionistas, dinamizando mercados mediante la promoción de obras como activos económicos (Velthuis, 2005). Su función es esencialmente transaccional, aunque algunas

galerías contemporáneas, como *Kurimanzutto* en México, hibridan roles al hacer curaduría de exposiciones conceptuales.

Los festivales —eventos periódicos como el *Festival Transitio_MX*— se distinguen por su enfoque temático y temporalidad acotada, facilitando la exhibición de obras experimentales o tecnológicas que desafían formatos tradicionales (Crane, 2014). A diferencia de museos y galerías, suelen articular discursos críticos mediante convocatorias abiertas y colaboraciones interdisciplinarias. Finalmente, las bienales —como la Bienal de Venecia o la Bienal FEMSA en Monterrey— son grandes eventos que, cada dos años, mapean tendencias globales bajo ejes curatoriales específicos, funcionando como termómetros del arte contemporáneo (Filipovic, 2005). Aunque comparten con los festivales su periodicidad, su escala monumental y su vinculación con agendas geopolíticas las convierten en plataformas clave para construir alianzas, legitimar políticas y competir en la narrativa global., donde lo estético negocia con lo diplomático.

3.1.2 Museos del sector privado

Las instituciones culturales, como los museos de arte, pueden desempeñar un papel importante en la promoción de los artistas y la creación de una demanda para sus obras. Son uno de los puntos culminantes de la validación artística.

La priorización de los museos privados sobre los públicos al analizar las instituciones clave del arte en México responde a su rol hegemónico en la definición de tendencias contemporáneas y su capacidad para operar como “agentes de consagración global”. A diferencia de los museos públicos —cuya misión suele enfocarse en la preservación patrimonial, la educación o la inclusión social—, los museos privados (como el Museo Jumex o el Museo Soumaya) funcionan bajo lógicas empresariales que les permiten dinamizar mercados, adquirir obras de alto valor en circuitos internacionales y alinear sus programaciones con corrientes artísticas *mainstream* validadas en ferias de arte. Esta flexibilidad curatorial, respaldada por capital privado y alianzas transnacionales, los posiciona como epicentros del arte contemporáneo, donde se legitiman discursos y artistas con proyección global.

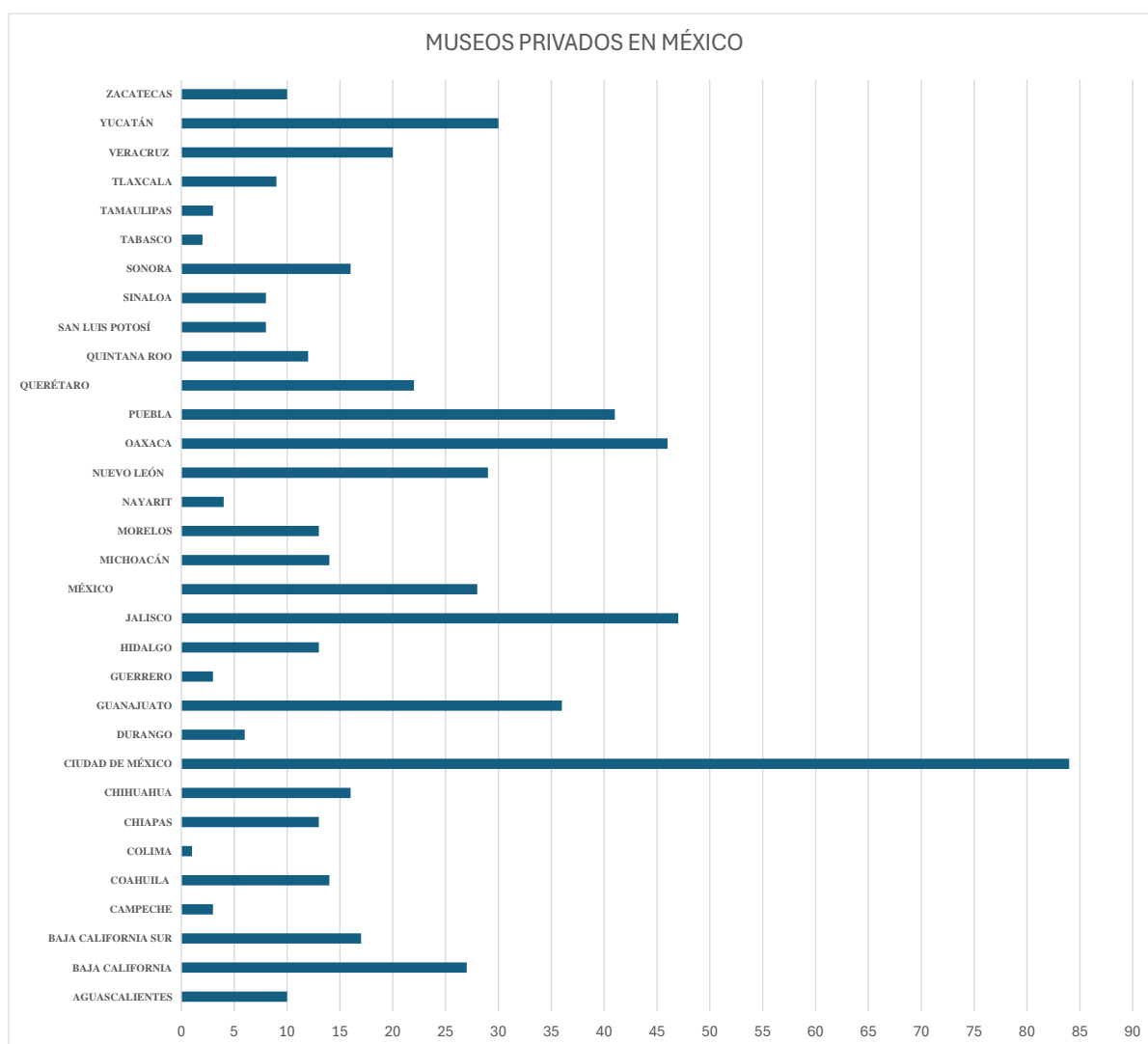
En contraste, los museos públicos —aunque más numerosos— enfrentan limitaciones presupuestarias, burocracia estatal y mandatos institucionales que suelen relegar las prácticas digitales o experimentales a márgenes esporádicos. Así, al caracterizar el panorama artístico mexicano, comenzar por lo privado no solo refleja su influencia en la construcción de canon, sino también la penetración de modelos neoliberales en la cultura, donde el mecenazgo corporativo redefine qué y quién merece ser exhibido.

El panorama artístico mexicano actual evidencia una paradoja estructural: las instituciones privadas, aunque minoritarias en número, ejercen una influencia desproporcionada en la construcción del canon cultural, mientras que los museos públicos más numerosos, pero asfixiados por limitaciones presupuestarias, burocracia estatal y mandatos institucionales conservadores— suelen relegar las prácticas experimentales o digitales a márgenes esporádicos. Esta dinámica no es neutral, sino síntoma de la penetración de modelos neoliberales en la cultura, donde el mecenazgo corporativo redefine qué y quién merece ser exhibido.

Las instituciones privadas, como la Colección Jumex o galerías vinculadas a élites globales, operan con recursos flexibles y lógicas mercantiles que priorizan exposiciones de "alta visibilidad", alineadas con tendencias globalizadas y comercialmente viables, como el arte digital convertido en *NFTs* bajo marcas de lujo. Estas acciones no solo imponen un canon estético ligado al valor de cambio —donde el precio en criptomonedas o el prestigio mediático sustituyen al valor crítico—, sino que construyen redes de legitimación que benefician agendas corporativas, tal como señala Yúdice (2002) al analizar la mercantilización de la cultura como estrategia de *branding*. En contraste, los museos públicos, como el Laboratorio Arte Alameda, enfrentan una crónica falta de financiamiento —herencia de políticas de austeridad neoliberales— que limita su capacidad para integrar tecnologías digitales o sostener programación experimental, relegándolos a un papel residual en la escena contemporánea.

Con el objetivo de obtener una visión más precisa sobre la cantidad de instituciones de este tipo en México (museos privados) que validan cierto tipo de obras artísticas, se ha creado el siguiente gráfico²⁵:

Gráfico 3.1. Número de museos privados de cada una de entidades federativas de la República Mexicana.



Nota: Elaboración propia de acuerdo con los datos del DENU (2023) y la clasificación del SCIAN (2023), ambos pertenecientes al INEGI (2023).

²⁵ Utilizando los datos de las unidades económicas clasificadas bajo la categoría 712111 "Museos privados" según el SCIAN 2023 del INEGI.

Como se puede observar en el Gráfico 2, los estados que poseen un menor número de museos privados (menos de 10), corresponde al 37.5% del total nacional de estados (Aguascalientes, Campeche, Colima, Durango, Guerrero, Nayarit, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala y Zacatecas), 12 estados en total de los 32 estados que componen la República Mexicana. Los estados que cuentan con un número intermedio de museos privados (11 a 20) son: Baja California Sur, Coahuila, Chiapas, Chihuahua, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Quintana Roo, Sonora y Veracruz, 10 estados de 32, que constituyen el 31.5%

Baja California, Nuevo León, Querétaro y Yucatán poseen de 21 a 31 museos privados, constituyendo el 12.5%. Los que poseen más de 31 museos privados son pocos estados, la lista la encabeza la CDMX con 84 museos privados, seguido de Jalisco con 47 museos privados, Oaxaca con 46 y Puebla con 41. En total, hasta el año 2023, oficialmente existen 605 museos privados.

Del total de museos de iniciativa privada, podemos rastrear que los principales museos con espacios dedicados al arte digital son:

Museo Jumex²⁶: Perteneciente a la Fundación Jumex Arte Contemporáneo, este museo es un referente en arte contemporáneo y, aunque no tiene un espacio exclusivo para arte digital, ha integrado obras y exposiciones temporales de artistas que trabajan con nuevos medios. Ejemplos incluyen instalaciones de Rafael Lozano-Hemmer o proyectos de realidad aumentada. Destaca por colaborar con artistas que exploran intersecciones entre tecnología, sociedad y estética.

El Museo Tamayo²⁷: Aunque es público en administración, recibe apoyo significativo de fondos privados. En los últimos años, ha albergado exhibiciones de arte digital, como la retrospectiva de Julieta Aranda, que incorpora interfaces interactivas y crítica a la datificación.

²⁶ <https://www.fundacionjumex.org/es>

²⁷ <https://www.museotamayo.org/>

Espacio Arte Abierto²⁸: Gestionado por la Fundación ARTE ABIERTO, este espacio privado en Reforma 222 en la Ciudad de México, se enfoca en arte contemporáneo experimental. Ha presentado instalaciones inmersivas y proyecciones digitales de artistas que fusionan arte visual con tecnología. En su sitio web se describe de la siguiente forma:

Buscamos enriquecer la escena actual del arte contemporáneo aportando a los artistas nuevos espacios de exhibición, no convencionales para ser intervenidos. Comisionamos y colaboramos proyectos culturales para producir obras, exposiciones, talleres colaborativos, eventos, encuentros, presentaciones de proyectos, teatro, seminarios, performance, proyección de cine y video, música, arquitectura, urbanismo y sustentabilidad.

Proponemos un modelo de gestión cultural que, por medio de nuevas lecturas y acercamientos al arte, busca acercarse a públicos diversos para estimular aprendizaje y experiencias creativas más allá del campo especializado de los museos y las galerías.

Museo del Objeto del Objeto (MODO)²⁹: Aunque su enfoque principal es el diseño y las exposiciones de piezas artísticas tangibles, ha incursionado en exposiciones temporales que integran arte digital para reflexionar sobre consumo y tecnología, como "Postdigital: Diseño más allá de la pantalla" en el 2023.

Fundación Telefónica Movistar³⁰: Espacio privado que, aunque no es un museo tradicional, funciona como centro cultural con énfasis en arte, tecnología y sociedad. Ha alojado exhibiciones como "*Big Bang Data*", explorando el impacto de los datos en la vida contemporánea mediante instalaciones interactivas y visualizaciones digitales.

En México, los museos privados con espacios exclusivos para arte digital realmente no existen, pero varios incorporan obras digitales en sus programas. La mayoría de los proyectos

²⁸ <https://arteabierto.org/>

²⁹ <https://elmodo.mx/>

³⁰ <https://www.fundaciontelefonica.com.mx/>

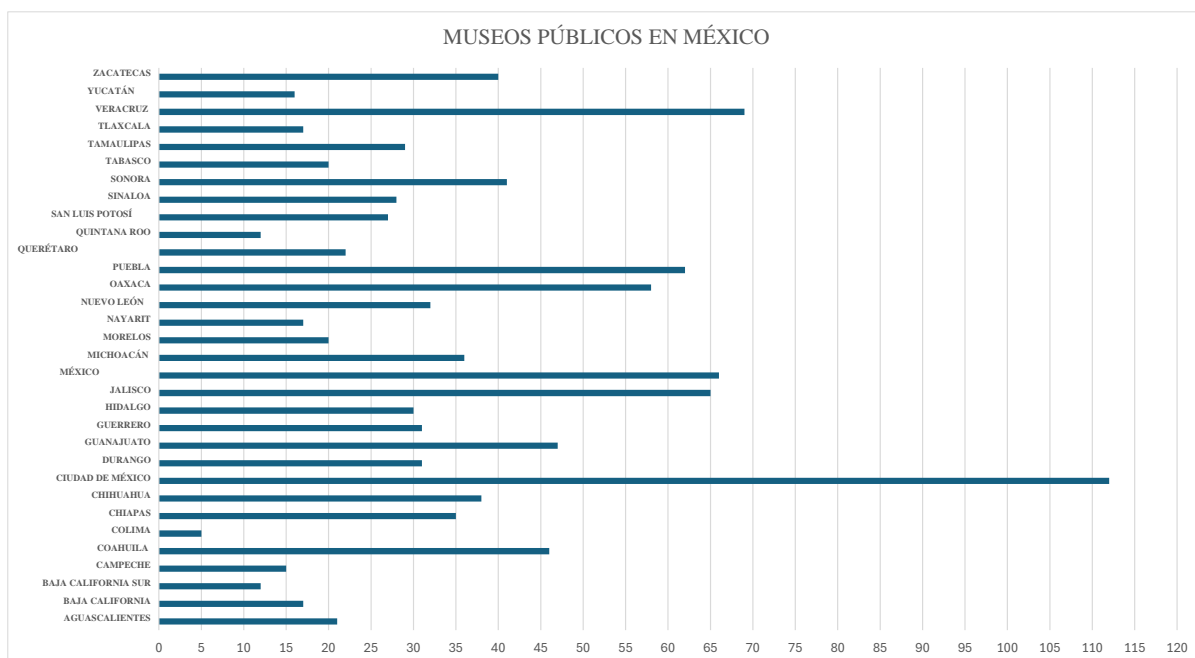
de arte digital con apoyo privado surgen de alianzas entre fundaciones (FEMSA, Jumex) y artistas, más que de infraestructuras permanentes.

3.1.3 Museos del sector público

Resulta relevante destacar que los museos de arte financiados con fondos públicos en México han comenzado a reconocer al arte digital no solo como una expresión artística válida, sino también como una estrategia de mediación tecnológica para diversificar audiencias y revitalizar su relevancia sociocultural. Este giro curatorial ha generado un incremento notable en la participación de públicos jóvenes —demanda históricamente esquiva a las instituciones tradicionales—, quienes encuentran en las instalaciones interactivas, las proyecciones inmersivas y las narrativas *transmedia* un puente entre el arte y sus experiencias digitales cotidianas. A su vez, la pandemia de COVID-19 (2020-2023) aceleró la adopción de modelos híbridos y experiencias virtuales, consolidando una programación digital permanente que trasciende las limitaciones físicas y geográficas. Así, lo que inició como una respuesta contingente a la crisis sanitaria se ha transformado en un eje estructural para repensar la accesibilidad, la innovación educativa y la sostenibilidad de las instituciones culturales en la era pospandémica.

En México, además de los museos de carácter privado, existen 1,432 museos públicos registrados bajo el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN, 2023).

Gráfico 3.2. Número de museos públicos de cada una de entidades federativas de la República Mexicana



Nota. Elaboración propia de acuerdo con los datos del DENU (2023) y la clasificación del SCIAN (2023) del INEGI (2023).

Como se puede observar en el gráfico, es la Ciudad de México (CDMX) la que concentra el mayor número de estos recintos, con 112 espacios administrados por instituciones federales como la Secretaría de Cultura, el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). No obstante, pese a esta amplia infraestructura cultural, solo cinco museos en la capital destacan como referentes en la exhibición y promoción del arte digital, un campo que aún lucha por consolidarse dentro de las narrativas museísticas tradicionales. A continuación, se enumeran estos espacios pioneros:

Laboratorio Arte Alameda³¹: es un espacio cultural dedicado a la intersección entre arte, ciencia y tecnología. Ubicado en un antiguo convento del siglo XVII, se enfoca en promover prácticas artísticas contemporáneas que exploran los usos creativos de la tecnología digital y audiovisual. Su programación incluye exposiciones, instalaciones, performances, conferencias y talleres que fomentan la experimentación y el diálogo entre artistas, académicos y público, con énfasis en nuevas narrativas visuales y sonoras.

³¹ <https://artealameda.inba.gob.mx/>

El Ex Teresa Arte Actual³²: es un espacio cultural dedicado a la promoción y exhibición de arte contemporáneo, con un enfoque particular en las prácticas experimentales y el arte no convencional. Inaugurado en 1993, se encuentra en el antiguo Ex Templo de Santa Teresa y se centra en la exploración de formas artísticas emergentes, como performance, videoarte, instalaciones, y música experimental. Su objetivo es ofrecer un lugar de encuentro para artistas y público interesado en propuestas innovadoras y transdisciplinarias.

MUAC Digital — Museo Universitario Arte Contemporáneo³³: Es la galería de arte digital del Museo Universitario Arte Contemporáneo de la UNAM, que ofrece exposiciones digitales y en línea de arte contemporáneo. En su sitio web se describe así:

Somos un museo universitario. Nos concebimos como un espacio de cruce e intercambio de saberes y de construcción permanente de nuevos conocimientos, experiencias y aprendizajes significativos entre visitantes, artistas, curadores, museógrafos, investigadores y académicos. Desarrollamos proyectos comunitarios y estimulamos el pensamiento crítico con el arte contemporáneo como lenguaje común. Nuestro programa pedagógico busca atender y generar nuevos públicos para el museo (MUAC, 2025).

CENART (Centro Multimedia)³⁴: De acuerdo con su cuenta oficial en la plataforma X: es un espacio dedicado a la experimentación, investigación, formación y difusión de las prácticas artístico-culturales que involucran nuevas tecnologías.

Centro de Cultural Digital³⁵: De acuerdo con su sitio en línea, el CCD explora y repiensa la diversidad de manifestaciones culturales, sociales, políticas y económicas propias de la digitalización, a través del (des)aprendizaje emanado de la escucha profunda y del intercambio de saberes. Compartimos herramientas, reflexiones y conocimientos situados a propósito de las tecnologías digitales y su impacto en las diversas cotidianidades que nos vinculan. Nuestro

³² <https://exteresa.inba.gob.mx/>

³³ <https://muac.unam.mx/>

³⁴ <https://cmm.cenart.gob.mx/>

³⁵ <https://www.centroculturadigital.mx/>

recorrido temático replantea las dualidades inscritas en el entendimiento hegemónico de la tecnología para desdibujar las fronteras entre: naturaleza-tecnología, mundo social-mundo de las máquinas, ciencia ficción-realidad. Apostamos por la experimentación, diversidad y rareza para desmontar las relaciones mediadas por la tecnología. Y queremos hacerlo juntas.

La centralización de museos de capital público y privado en la CDMX responde a un entramado histórico, político y económico que ha consolidado a la capital como el núcleo cultural hegemónico de México. Desde la época colonial, la Ciudad de México fungió como sede del poder virreinal, albergando instituciones como la Real y Pontificia Universidad (1551) y el primer museo del país, el Museo Nacional (1825), antecedente del actual Museo Nacional de Antropología. Tras la Revolución Mexicana (1910-1920), el Estado posrevolucionario impulsó un proyecto de nacionalismo cultural, concentrando en la capital los símbolos identitarios —museos, monumentos, archivos— para cohesionar la narrativa de la "mexicanidad" (Lomnitz, 2001). Esta dinámica se reforzó con la creación de instituciones federales como el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA, 1946) y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH, 1939), cuyas sedes y acervos se ubicaron en la CDMX por su rol como eje administrativo.

A esto se suma el centralismo económico: la CDMX concentra el 18% del PIB nacional (INEGI, 2023), atrayendo inversión privada para museos como el Soumaya o el Jumex, cuyo modelo depende de audiencias masivas y turismo internacional. Además, la infraestructura urbana —como corredores culturales (Chapultepec, Centro Histórico) y eventos globales (Zona MACO)— genera un efecto concentración espacial, que atrae a artistas, curadores y coleccionistas. Pese a esfuerzos recientes por descentralizar la cultura (ej. apertura del Museo Internacional del Barroco en Puebla o el Museo de Arte de Sonora), persisten asimetrías: el 35% de los museos nacionales están en la CDMX (SCIAN, 2023), replicando patrones de desigualdad territorial donde lo "nacional" se reduce a lo capitalino (García Canclini, 1990). Así, la ubicación de museos en la CDMX no es casual, sino síntoma de un centralismo que prioriza la acumulación simbólica en detrimento de la diversidad cultural regional.

No obstante, aunque estos espacios institucionales integran expresiones de arte digital como componentes subsidiarios, su enfoque no es exclusivo ni prioritario. Frente a ello,

emergen galerías virtuales especializadas, que operan bajo dinámicas de mercado inherentes a la economía digital: aquí, la comercialización de obras se ejecuta mediante protocolos *blockchain*, *tokenización de NFTs* y contratos inteligentes, desmaterializando no solo la pieza, sino también los procesos de validación y transacción.

A diferencia de los museos o galerías híbridas, estos espacios virtuales están arquitectónicamente diseñados para convertir el arte digital en un activo líquido, donde la visibilidad algorítmica, la escasez artificial y la especulación financiera redefinen los criterios de valoración, desplazando —y en ocasiones suplantando— las narrativas curatoriales tradicionales.

3.1.4 Galerías virtuales de arte digital

Algunas galerías de arte digital a nivel global son: ³⁶: una plataforma que opera como una galería digital, permitiendo a los artistas vender obras únicas respaldadas por *NFTs*. Cada obra es única, y los coleccionistas pueden comprar, vender y mostrar sus piezas en la plataforma; Foundation³⁷: otra plataforma de *NFT* donde los artistas digitales pueden subastar sus obras, se centra en una experiencia curada, permitiendo a los artistas y coleccionistas interactuar en un espacio digital exclusivo; Art Blocks³⁸: especializada en arte generativo, *permite* a los artistas crear obras de arte programadas que son únicas y generadas al momento de la compra. Esto se considera innovador en la manera en que se concibe y comercializa el arte digital; MakersPlace³⁹, galería en línea, permite a los artistas crear y vender ediciones limitadas de sus obras digitales, ofrece a los coleccionistas la seguridad de poseer obras originales y escasas y Rarible⁴⁰: una plataforma descentralizada que permite a cualquiera crear y vender sus *NFTs*, lo que apertura el acceso a la creación y venta de arte digital.

Estas galerías no solo proporcionan un espacio para la venta y reventa de arte digital, sino que también están redefiniendo cómo se valora y distribuye el arte en la era digital, con

³⁶ <https://superrare.com/>

³⁷ <https://foundation.app/>

³⁸ <https://www.artblocks.io/>

³⁹ <https://makersplace.com/>

⁴⁰ <https://rarible.com/>

un enfoque en la reproducibilidad, la autenticidad y el trabajo detrás de cada pieza. Además, al igual que las casas de subastas tradicionales, estas galerías digitales aseguran la originalidad de las obras a través de certificados digitales (*NFTs*), que garantizan la exclusividad y propiedad de las piezas adquiridas.

Existe una plataforma global, que es ampliamente utilizada por artistas en diversos países, se llama *Open Sea*⁴¹, es una plataforma de mercado digital (*marketplaces*) dedicada a la compra, venta y comercio de *NFTs* (*tokens no fungibles*). Aunque no es una galería de arte en el sentido tradicional, *OpenSea* funciona como un espacio donde artistas, coleccionistas y creadores pueden exhibir y vender arte digital, coleccionables, objetos de juego, dominios descentralizados, y otros activos digitales respaldados por la tecnología *blockchain*, usualmente *Ethereum*. *OpenSea* no solo se limita a arte visual, sino que también incluye otros tipos de activos digitales, como música, videos, nombres de dominio, y más, lo que la convierte en una plataforma versátil en el espacio del *criptoarte* y los coleccionables digitales.

Las plataformas mencionadas (*SuperRare*, *Foundation*, *Art Blocks*, *MakersPlace* y *Rarible*) representan una reconfiguración del mercado artístico convencional bajo parámetros digitales, donde la tecnología *blockchain* y los *NFTs* operan como dispositivos de legitimación. Aunque estas galerías promueven la apertura del acceso al arte, paradójicamente reproducen jerarquías propias del sistema capitalista, como la concentración de valor en obras de artistas ya consagrados (ejemplo: *Beeple* o *Pak*) o aquellas avaladas por instituciones curadas como *Art Blocks* (Paul, 2021). Este fenómeno evidencia una tensión entre la retórica de descentralización y la persistencia de mecanismos de exclusión basados en capital simbólico y técnico (como el dominio de herramientas *blockchain*). Además, la escasez artificial creada por los *NFTs*, lejos de emular la singularidad del arte físico, prioriza el valor de cambio sobre la experiencia estética, reduciendo la obra a un activo financiero (Bridle, 2018). Si bien garantizan autenticidad mediante certificados digitales, estas plataformas no resuelven dilemas éticos como la apropiación cultural o la desmaterialización del arte, cuestionando si realmente innovan o simplemente adaptan viejas estructuras a nuevas tecnologías.

⁴¹ <https://opensea.io/es>

Por otro lado, *OpenSea*, al funcionar como un mercado multiusos de *NFTs*, amplía la accesibilidad, pero diluye la especificidad del arte digital al mezclarlo con coleccionables y otros activos digitales. Esta plataforma, aunque facilita la globalización de artistas emergentes, refleja una mercantilización extrema de la cultura, donde incluso lo efímero (como un *tuit tokenizado*) se convierte en *commodity*.

Como señala Bourriaud (2009), en la era digital, el arte se redefine por su capacidad para generar redes de intercambio, pero *OpenSea* prioriza transacciones sobre procesos creativos, reforzando una lógica de consumo inmediato. Además, la dependencia de *Ethereum* —una *blockchain* con alto impacto ambiental— contradice discursos de sostenibilidad asociados al arte digital (Nadini et al., 2021). En síntesis, estas plataformas, pese a su potencial disruptivo, no escapan a las dinámicas de poder del mercado convencional: legitiman lo que puede ser *tokenizado*, marginando prácticas que resisten la financiarización, y convierten la participación en un acto de especulación más que de apreciación cultural.

3.1.5 Festivales de Arte Digital

Con respecto a festivales de arte digital en México, se mencionaron en las entrevistas dirigidas a los artistas digitales las siguientes:

CUT OUT FEST, se lleva a cabo en la ciudad de Querétaro, se describe en sus redes sociales como la principal celebración de la animación y el arte digital en México, ofreciendo un programa inspirador de talleres, charlas de artistas, conferencias, proyecciones de películas y exhibiciones de arte, todo gratuito. Aclamado por una notable Competencia Internacional de Cortometrajes de Animación, reúne a algunos de los artistas más influyentes y a miles de mentes ávidas de conocimiento, arte, creatividad e innovación cada año.

El *Aleph*, de acuerdo con su sitio web: es un festival que fusiona las artes y las ciencias. Desde 2017, el festival ha mostrado la alianza que existe entre estas disciplinas, cada año, el encuentro se nutre de las novedosas propuestas artísticas: obras de teatro y de danza, conciertos de música, ciclos de cine y de las artes visuales, así como del desarrollo del pensamiento

científico, gracias a los talleres y conversatorios, y conferencias magistrales de reconocidos especialistas;

Festival Internacional de la Imagen (FINI): Celebrado en Pachuca, Hidalgo, este festival se enfoca en la imagen en todas sus formas, incluyendo fotografía, video y arte digital, busca promover la creación artística y el debate en torno a temas contemporáneos, integrando tecnologías digitales en sus exposiciones;

MUTEK.MX: Parte de la red internacional de *MUTEK*, este festival se realiza en la Ciudad de México y es uno de los eventos más importantes de la cultura digital, presenta una amplia gama de propuestas que incluyen música electrónica, arte digital, instalaciones interactivas y performances audiovisuales.

Festival TRANSITIO_MX: Este es uno de los festivales más destacados de arte electrónico y cultura digital en México, organizado por el Centro Nacional de las Artes (CENART) en la Ciudad de México, se enfoca en la investigación, experimentación y reflexión sobre el impacto de la tecnología en la sociedad y el arte;

TagCDMX: Aunque no se realiza todos los años, este festival combina conferencias, talleres, y exposiciones relacionadas con la tecnología, el arte y la cultura digital.

Los festivales de arte digital en México, como CUT OUT FEST, el Aleph y TRANSITIO_MX, desempeñan un papel clave en la apertura de prácticas artísticas innovadoras al integrar talleres gratuitos, charlas y exhibiciones accesibles. Por ejemplo, CUT OUT FEST, al priorizar la animación y el arte digital, no solo visibiliza a artistas emergentes, sino que también construye un puente entre técnicas tradicionales y tecnologías contemporáneas, fomentando un diálogo intergeneracional. Por su parte, el Aleph, al fusionar arte y ciencia, cuestiona la dicotomía entre disciplinas, promoviendo una visión holística que refleja la complejidad de la creación en la era digital (Bourriaud, 2009).

Sin embargo, estos esfuerzos suelen concentrarse en urbes como Querétaro o la Ciudad de México, lo que reproduce desigualdades geográficas y limita su impacto en regiones con menor infraestructura cultural. Aunque MUTEK.MX y TRANSITIO_MX destacan por su enfoque en música electrónica y reflexión crítica sobre tecnología, su dependencia de financiamiento institucional (como el CENART) podría restringir la inclusión de propuestas radicales o políticamente disruptivas, priorizando narrativas compatibles con agendas estatales o corporativas.

Por otro lado, festivales como FINI y TagCDMX, al enfocarse en la imagen y la hibridación tecnocultural, amplían las definiciones tradicionales de arte. No obstante, su énfasis en la “innovación” como valor central corre el riesgo de reducir el arte digital a una herramienta de espectáculo, desvinculada de discursos sociales críticos. Como advierte García Canclini (2019), la fascinación por lo tecnológico puede eclipsar debates urgentes sobre desigualdad o identidad, especialmente en contextos donde el acceso a dispositivos digitales sigue siendo un privilegio de clase. Además, la sostenibilidad ambiental de estos eventos rara vez se cuestiona: plataformas como *blockchain* o instalaciones interactivas demandan alto consumo energético, contradiciendo discursos de progreso.

Aunque estos festivales son vitales para dinamizar la escena artística mexicana, su alcance sigue siendo segmentado, y su retórica de vanguardia a menudo enmascara tensiones no resueltas entre inclusión y elitismo, entre innovación y crítica sistémica.

3.1.6 Instituciones de patrocinio de arte

En México, existen varias instituciones que actúan como patrocinadores de las artes, apoyando tanto a artistas individuales como a proyectos culturales más amplios. Algunas tienen su origen de fondos gubernamentales, de fondos privados y de capital bancario:

Las que su principal capital es de origen gubernamental son: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA): Aunque fue reemplazado en 2015 por la Secretaría de Cultura, CONACULTA; el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), es una institución clave en el apoyo a artistas y proyectos culturales en México. Ofrece becas, premios,

y financiamiento a creadores en diversas disciplinas artísticas, incluyendo artes visuales, literatura, teatro, música, y danza; Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC), aunque es una institución educativa, el MUAC de la UNAM también actúa como patrocinador al organizar exposiciones y proyectos que apoyan a artistas contemporáneos.

Las que su principal capital proviene de capital privado son: Fundación Jumex Arte Contemporáneo, esta fundación es una de las principales patrocinadoras del arte contemporáneo en México, apoyando exposiciones, proyectos educativos, y la creación artística. Su colección de arte contemporáneo es una de las más importantes del país y Fundación Harp Helú, creada por Alfredo Harp Helú, se dedica a la promoción de la cultura, el arte, y la educación. Financia proyectos de restauración, exposiciones, y actividades culturales en diversas regiones de México

Las de capital bancario, son: Fundación BBVA Bancomer, apoya una variedad de proyectos culturales, incluyendo artes visuales, música, y literatura. Es conocida por su programa de becas y apoyo a jóvenes creadores; Fundación Televisa, se enfoca en el apoyo a las artes y la cultura a través de la producción de exposiciones, la restauración de patrimonio, y la promoción del arte mexicano tanto en el país como en el extranjero; Fundación Banorte, a través de su programa de responsabilidad social, la Fundación Banorte apoya proyectos culturales y artísticos en todo el país, con un enfoque en la preservación del patrimonio cultural y el apoyo a comunidades locales.

El sistema de patrocinio artístico en México está dominado por instituciones públicas y privadas que, si bien han sido fundamentales para sostener la producción cultural, reproducen dinámicas de poder y desigualdad. Por un lado, organismos estatales como la Secretaría de Cultura, el Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC/FONCA) y los institutos nacionales (INBAL, INAH) promueven una política cultural centrada en la preservación del patrimonio y el apoyo a creadores emergentes mediante becas y residencias. Sin embargo, su enfoque suele priorizar proyectos alineados con narrativas oficialistas o con un alto valor simbólico para la identidad nacional, marginando propuestas críticas o disruptivas que cuestionen estructuras de poder (Nivón Bolán, 2016). Además, la burocracia y la

centralización de recursos en la Ciudad de México limitan el acceso de artistas de regiones periféricas, perpetuando una geografía cultural desigual.

Por otro lado, el patrocinio privado, encabezado por fundaciones como Fundación Jumex, Fundación Televisa o Colección FEMSA, opera bajo lógicas mercantiles y de responsabilidad social corporativa (RSC), donde el arte se instrumentaliza para construir prestigio institucional o legitimar agendas empresariales. Esto genera un conflicto ético: mientras estas entidades financian bienales o exposiciones de vanguardia, su apoyo suele condicionarse a proyectos "asépticos" que eviten criticar a sus patrocinadores, lo que diluye el potencial político del arte (García Canclini, 2019).

A esto se suma el auge de iniciativas híbridas, como *crowdfunding* o plataformas digitales, que pretenden democratizar el financiamiento, pero que en la práctica replican jerarquías: solo artistas con capital social o habilidades de *marketing* logran captar recursos. La filantropía cultural, aunque necesaria, carece de un marco regulatorio que garantice transparencia o equidad, lo que abre la puerta a prácticas de clientelismo o a la mercantilización de la cultura. En este escenario, las instituciones de patrocinio en México enfrentan un dilema: ¿son agentes de democratización cultural o reproductores de un sistema que excluye a quienes no se adaptan a sus lógicas? La falta de políticas públicas que fomenten la autonomía creativa y la diversificación de fondos —más allá de la dependencia de élites económicas o del Estado— revela una fractura entre el discurso inclusivo y una realidad donde el arte sigue siendo un privilegio estratificado.

3.2 El coleccionismo de arte en México

El funcionamiento del mercado del arte depende de un ecosistema interdependiente de actores (ver Esquema 1), que abarca desde el artista —como núcleo creador— hasta el público general, mediado por una red de validación compuesta por intermediarios clave: galeristas, críticos, curadores y casas de subastas. Estos agentes no solo facilitan la circulación física y simbólica de las obras, sino que construyen narrativas de valor a través de mecanismos de legitimación —exposiciones, reseñas, ferias— que consagran ciertas piezas como dignas de inversión. En el extremo final de esta cadena se ubican los coleccionistas, quienes, al adquirir

las obras, no solo consumen bienes culturales, sino que activan su transformación en activos económicos, cerrando así el ciclo de un sistema donde lo estético y lo mercantil se entrelazan bajo reglas de capital simbólico (Bourdieu, 1993).

Es importante comprender la distinción entre un comprador que se puede convertir en un coleccionista y un coleccionista de arte, que ya es identificado bajo ese término. Mientras que el comprador puede ser motivado por la promesa de una buena inversión o por su apreciación estética, el coleccionista de arte suele ir más allá. Usualmente, un coleccionista de arte no adquiere obras de manera aleatoria o por simple gusto estético. Antes de adquirir una pieza, es asesorado por críticos, curadores y comerciantes, además suele hacer una profunda reflexión en torno a una idea previa. Los coleccionistas siguen una línea temática coherente y todas las obras que eligen para su colección deberían estar en armonía con esa idea inicial:

La forma colección es un operador cognitivo, apreciar el valor de las cosas juzgadas, excepcionales al considerarlas desde un punto de vista comparable a cómo la estimaría un coleccionista, es decir, un acumulador ferviente de cosas en desuso, apreciadas, por un lado, porque son un legado del pasado y, por otro, porque son susceptibles de organizarse a partir de un modo serial que articula sus similitudes y diferencias (Boltanski y Esquerre, 2022:481).

Es decir, podemos considerar al coleccionismo como un proceso cognitivo en el que las personas aprecian el valor de las cosas que se consideran excepcionales y son juzgadas desde el punto de vista de un coleccionista; además, puede estar influenciada por su perspectiva y experiencia personal; la práctica de la colección puede ser una forma de desarrollar un enfoque más detallado y apreciativo hacia objetos aparentemente ordinarios.

En el panorama del coleccionismo artístico mexicano, no existe un consenso unánime que identifique a un único actor como figura central, dado el carácter plural y descentralizado de este ecosistema. No obstante, destacan múltiples coleccionistas de renombre, cuyos acervos —caracterizados por su envergadura y diversidad— ejercen influencia tanto en el mercado local como en circuitos internacionales. Entre los referentes más emblemáticos, cuyas

colecciones abarcan desde arte moderno hasta prácticas digitales contemporáneas, se encuentran:

Mónica Manzutto y José Kuri: son conocidos galeristas y figuras destacadas en el mundo del arte contemporáneo en México. Son los cofundadores y codirectores de la reconocida galería Kurimanzutto⁴², con sedes en las Ciudades de México y Nueva York. Han sido fundamentales en la promoción y difusión del arte contemporáneo en México, así como en la construcción de relaciones entre artistas y coleccionistas.

Carlos Slim Helú: Considerado uno de los hombres más ricos del mundo, se sabe que tiene una importante colección de arte que incluye obras de artistas como Diego Rivera y Rufino Tamayo.

Eugenio López Alonso: “Es fundador de la Fundación Jumex Arte Contemporáneo, que es una de las colecciones privadas más importantes de arte contemporáneo en América Latina. “Es el único heredero de la fortuna de jugos de frutas Jumex, es conocido como un patrocinador de las artes, cuya fundación financia exhibiciones de arte contemporáneo en México, cursos de arte latinoamericano en colegios y escuelas de arte en los Estados Unidos y programas en museos estadounidenses” (*ArtNews*, 2017 - 2022).

Isabel y Agustín Coppel: Son coleccionistas y mecenas de arte que fundaron el Museo Amparo en Puebla, que es un importante centro de arte y cultura en México. De acuerdo con el perfil de la revista *ArtNews* (2022): “Agustín Coppel, uno de los cinco hijos multimillonarios de Enrique Coppel Tamayo, quien creó un imperio minorista mexicano dirigido a compradores de bajos ingresos, se desempeña como presidente y director ejecutivo de Grupo Coppel”.

Bernardo Gómez Martínez: “Es el vicepresidente ejecutivo de la organización con sede en la Ciudad de México, Grupo Televisa, considerada la empresa de medios de comunicación de habla hispana más destacada del mundo” (*ArtNews*, 2017- 2022).

⁴² <https://www.kurimanzutto.com/>

Gabriela y Ramiro Garza: “Los Garza tienen su base en la Ciudad de México, han sido asiduos en Aspen durante el verano durante las últimas dos décadas. “¿Dónde más puedes despertarte, ir de excursión, hacer Pilates, asistir a una conferencia, jugar tenis y hacer otra caminata, todo en un día?” Gabriela reflexionó para la revista W. Agregó: “La gente siempre dice: ‘Solo compro esto o aquello’. Para nosotros, es una decisión que se toma en el momento, emocionalmente” (*ArtNews*, 2017- 2022).

María Asunción Aramburuzabala: “Su abuelo cofundó la cervecería Corona en la década de 1920 y ella creció como heredera del Grupo Modelo, propietario de la misma. Es una de las mujeres más ricas de México y ahora preside Tresalia Capital, que invierte en una amplia gama de empresas” (*ArtNews*, 2017- 2022).

Alfonso de Angoitia Noriega: “Ha sido vicepresidente ejecutivo de Grupo Televisa, uno de los principales operadores de televisión por cable de México, desde 2000, y actualmente también se desempeña como miembro de la oficina ejecutiva del presidente” (*ArtNews*, 2017- 2022).⁴³

Al analizar esta última clasificación (tipo de arte), podemos notar que no hay una categoría específica denominada "Arte Digital". Lo más cercano sería el Arte contemporáneo, ya que el Arte Digital se considera una manifestación dentro de este ámbito. Como se puede apreciar en el listado de los nombres, todos los coleccionistas de arte en México se encuentran incluidos en esta categoría.

⁴³ Los nombres fueron tomados del artículo de la Revista *ArtNews* (2017 - 2022), a partir del Top de 200 coleccionistas más importantes. *ArtNews* es uno de los medios más importantes y de mayor renombre de difusión del arte global, se puede consultar en su sitio en línea, tiene una pestaña de filtros en donde se puede seleccionar el año, va del 2017 al 2022; los principales países a los que pertenecen los coleccionistas son: Estados Unidos, Inglaterra, Suiza, Alemania, Francia y China; las principales fuentes de riqueza de los miembros del listado son: Inversiones, Bienes raíces, Gestión de activos, Publicación, Bancario, Banca de inversión y el tipo de arte que coleccionan de acuerdo a su propia clasificación es: Arte contemporáneo, Arte Moderno, Arte de posguerra, Arte asiático, Impresionismo y postimpresionismo, Viejos maestros.

Mención aparte es la Colección FEMSA, colección de arte, propiedad de la empresa Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. (FEMSA), una de las corporaciones más grandes de México con presencia en sectores como bebidas (a través de Coca-Cola FEMSA), retail (OXXO) y logística. Esta colección de arte, iniciada en 1977, forma parte de las iniciativas de responsabilidad social y cultural de la empresa, gestionadas a través de su Fundación FEMSA.

Aunque no es su eje central, ha incorporado obras digitales de artistas como Rafael Lozano-Hemmer o Julieta Gil, reflejando la intersección entre tecnología y arte latinoamericano. FEMSA opera como un *broker* cultural que, mediante su colección, influye en la valoración de artistas y tendencias, legitimando obras bajo criterios alineados con su imagen corporativa (Márquez, 2020). La fundación justifica su inversión en arte como parte de su compromiso con el "desarrollo comunitario", aunque críticos señalan que reproduce lógicas de *soft power* empresarial (Zúñiga, 2018).

Siguiendo esta línea de análisis, de acuerdo con Boltanski y Esquerre (2022), considera al coleccionismo como una actividad superflua, considerada una afición, por lo tanto, marginal y parasitaria. “La práctica de una colección, con independencia del tiempo y el dinero que se dediquen a ella, se inscribe de hecho en una estructura cognitiva que acompañó al desarrollo del capitalismo y se basa en una serie de oposiciones que mantiene entre sí, relaciones de homología” (Boltanski y Esquerre, 2022:481).

Un análisis de los perfiles socioeconómicos de los principales coleccionistas de arte en México revela un denominador común: su posición en los estratos de mayor capital económico del país. La mayoría son herederos de fortunas familiares o dueños de conglomerados empresariales con altos márgenes de rentabilidad, tal como documentan los registros de *ArtNews* (ArtNews, 2017-2022). Esta élite, cuyas adquisiciones suelen vincularse a estrategias de inversión en "activos emocionales" (Boltanski & Esquerre, 2022), opera bajo lógicas que dichos autores teorizan como propias del capitalismo de lujo: un sistema donde la acumulación simbólica se nutre de bienes superfluos, exóticos o históricos, mercantilizados como objetos de distinción. Declaraciones recogidas en perfiles públicos —como la justificación de compras millonarias bajo el argumento de "preservar patrimonio"— refuerzan

la tesis de Boltanski y Esquerre (2022) sobre el carácter parasitario de estas prácticas, las cuales, lejos de democratizar el acceso al arte, reproducen dinámicas extractivas del capitalismo contemporáneo.

En México, figuras como Eugenio López Alonso —heredero de la fortuna de Grupo Jumex y fundador del Museo Jumex—, María Asunción Aramburuzabala —accionista clave de Grupo Modelo— y Fernando Romero —cuya colección incluye obras de Damien Hirst y Jeff Koons— ejemplifican cómo el coleccionismo opera como una extensión del capital financiero. Estos actores, presentes en la lista de ArtNews, no solo adquieren obras para su disfrute privado, sino como activos emocionales (Boltanski & Esquerre, 2022): bienes que, al ser exhibidos en museos autofinanciados o subastados en casas como Christie's, transfieren valor simbólico a sus propietarios, convirtiendo el prestigio cultural en moneda de intercambio social.

La noción de "enriquecimiento parasitario" de Boltanski y Esquerre (2022) se materializa cuando estas colecciones, aunque aparentemente filantrópicas, obtienen deducciones fiscales o revalorizan propiedades inmobiliarias adyacentes a sus museos (ej. el Museo Soumaya en Plaza Carso, que incrementó el valor del complejo urbano de Carlos Slim). Así, el arte se cosifica como un "capital de seducción", donde la obra no se valora por su contenido crítico, si no por su capacidad para generar dividendos económicos y reputacionales.

El coleccionismo como herramienta de ascenso sociopolítico en México no es un fenómeno reciente: se remonta a figuras como Álvaro Carrillo Gil (1898-1974) “médico yucateco que ejerció un liderazgo indiscutible en el arte mexicano moderno, especialmente por haber sido el coleccionista privado más importante de México en el siglo XX. Estableció relaciones de poder que con artistas y funcionarios del sector cultural gracias a su colección” (Garduño, 2009:15).

La autora del libro “El poder del coleccionismo de arte: Álvaro Carrillo Gil”, comenta con respecto a las principales motivaciones del Álvaro lo siguiente:

Los múltiples propósitos de las relaciones que Carrillo Gil construyó en el espacio de lo público se concretan bajo los rubros de deseo de prestigio, reconocimiento y legitimación del estatus socioeconómico que alcanzó debido a su desempeño como empresario. Es la búsqueda de un particular por posicionarse en su nueva clase social y, después, por diferenciarse de los otros miembros de la burguesía nacional; enclasar es una tendencia tan importante en él como su deseo —que no necesidad— de distinción. El instrumento para realizar sus deseos fue su colección de arte, pero no fue el único, también utilizó el conocimiento acumulado al formarse como conocedor de arte, mismo que le proporcionó poder discursivo en dos niveles: pictórico y escrito. (Garduño, 2009:17).

En el extracto del libro, se revela que Álvaro Carrillo Gil (1898-1974) tenía aspiraciones de prestigio, reconocimiento y la validación de su estatus socioeconómico. Su historia y biografía nos revelan que provenía de una familia de quince miembros, con muchas penurias económicas, como fue el primogénito varón, la familia lo apoyó para que estudiara una carrera prominente: medicina, lográndolo con éxito, posteriormente se trasladó a la Ciudad de México a especializarse en pediatría (Garduño, 2009: 31-32). A partir de ahí, alcanzó lo que se considera un éxito económico que posteriormente le permitió ascender socialmente. Una vez que había logrado ambos aspectos, Carrillo Gil anhelaba destacarse y distinguirse dentro de la alta sociedad mexicana. Para lograr este objetivo, su colección de arte se convirtió en uno de los elementos clave.

En el México de mediados de siglo XX, los diferentes roles que Carrillo Gil articuló prácticamente no tenían antecedentes; en este sentido es un personaje atípico. Lo inusual de su actuación generó desconfianza en una época en que un crítico de arte solo escribía, no gestionaba exposiciones, y un coleccionista privado se limitaba a presentarse engalanado a las inauguraciones en espera de recibir felicitaciones por las piezas de su colección ahí exhibidas. Carrillo Gil, de alguna manera, anunció lo intercambiable de las tareas realizadas por los diferentes personajes que tradicionalmente intervienen en el mundo del arte, desde curadores hasta coleccionistas. Este fenómeno se generalizó en las últimas décadas del siglo XX y actualmente ya no sorprenden los múltiples roles que desempeñan los diferentes agentes involucrados en el mundo del arte: el crítico también es curador de exposiciones y asesor de políticos,

empresas y fundaciones, además de su función tradicional de escribir y reseñar eventos culturales; los mercaderes se convierten en artistas o al revés; y los coleccionistas son descubridores, gestores, comerciantes, especuladores, mecenas, curadores, críticos e, incluso, creadores (Garduño, 2009: 198).

Carrillo Gil ejerció un "liderazgo indiscutible" no solo por la magnitud de su colección —que incluía obras clave de Rivera, Siqueiros y Orozco—, sino por tejer alianzas estratégicas con artistas y funcionarios, utilizando el arte como moneda de intercambio en un país donde lo cultural y lo político son vasos comunicantes. Este modelo de *lobbying cultural* encuentra eco en el presente: si bien los coleccionistas contemporáneos —herederos de fortunas globalizadas o magnates tecnológicos— ya no dependen de la diplomacia personalizada de Carrillo Gil, su legado persiste en la instrumentalización del arte como vehículo para legitimar estatus, acceder a circuitos de poder y reescribir narrativas históricas desde la esfera privada. Así, el coleccionismo mexicano, desde Carrillo Gil hasta los actuales mecenas del arte digital, opera como un dispositivo dual: espacio de preservación cultural y arena de disputa por la influencia en un sistema donde el arte sigue siendo, parafraseando a Bourdieu (1993), un campo de batalla por la consagración simbólica.

La tesis de Boltanski y Esquerre (2022) sobre la relevancia de las colecciones en contextos de sobreabundancia material —donde "el desarrollo de las colecciones se convierte en un fenómeno relevante en sociedades caracterizadas por una sobreabundancia de bienes" (p. 485)— adquiere una ironía crítica al aplicarse a México, un país donde la sobreabundancia no es generalizada, sino patrimonio de una minoría. En efecto, la proliferación de coleccionistas en el México contemporáneo —en un escenario de desigualdad extrema donde el 50% de la población vive en pobreza (CONEVAL, 2022)— revela cómo las élites económicas replican el modelo de las economías de enriquecimiento descrito por los autores: acumulan bienes simbólicos (arte, *NFTs*, objetos de lujo) no para subsanar carencias materiales, sino para monopolizar narrativas de distinción en un sistema que naturaliza la coexistencia entre opulencia privada y precariedad colectiva. Así, el coleccionismo mexicano, lejos de ser un mero reflejo de la sobreabundancia global, funciona como un mecanismo de demarcación social que, en palabras de Boltanski y Esquerre (2022), convierte la desigualdad en un espectáculo estético, donde las colecciones no solo exhiben riqueza, sino que acentúan la brecha entre quienes

poseen bienes superfluos y quienes luchan por los esenciales, que en parámetros más estructurales obedece a lo que Bourdieu (1979), señala como capital simbólico⁴⁴.

¿Es el coleccionismo de arte un fenómeno históricamente ligado a las élites económicas de la sociedad?

El coleccionismo de arte, desde sus orígenes, ha sido una práctica intrínsecamente vinculada al poder económico y simbólico de las clases dominantes. En la Antigüedad, emperadores romanos y mandatarios asiáticos acumulaban objetos artísticos como símbolos de prestigio y dominio territorial. Durante el Renacimiento, familias como los Médici en Florencia utilizaron el mecenazgo para consolidar su influencia política, financiando a artistas como Miguel Ángel o Botticelli. Este patrón se perpetuó en los siglos posteriores: en el siglo XIX, la burguesía industrial europea (ej. los Rothschild) convirtió el coleccionismo en un mecanismo de distinción social, adquiriendo obras maestras para validar su ascenso económico (Bourdieu, 1979).

En el siglo XX, figuras como Peggy Guggenheim o David Rockefeller transformaron sus colecciones en instituciones públicas (ej. el Museo Guggenheim), pero bajo una lógica que, según críticos como Boltanski y Esquerre (2022), perpetúa la acumulación de capital cultural por parte de las élites. En México, coleccionistas como Carlos Slim o Eugenio López Alonso (Museo Soumaya y Museo Jumex) replican este modelo, vinculando arte, filantropía y proyección corporativa.

No obstante, existen excepciones históricas: como el coleccionismo comunitario: en culturas indígenas, el arte se atesora como patrimonio colectivo, no individual y los movimientos democratizadores como las vanguardias del siglo XX (ej. surrealistas, los inicios del *net.art*) cuestionaron el arte como mercancía elitista.

⁴⁴ Bourdieu lo describe como un recurso socialmente reconocido (prestigio, autoridad, legitimidad) que permite a los agentes diferenciarse y ejercer dominación sin coerción física. Este capital se materializa en gustos, estilos de vida, educación y consumo cultural, actuando como marcador de clase

Hoy, pese a la aparente democratización mediante plataformas digitales (*NFTs*, galerías virtuales), el acceso al mercado del arte sigue dominado por actores con alto capital económico. Según datos de *Art Basel & UBS Global Art Market Report (2023)*, el 1% de los coleccionistas concentra el 50% del valor transado globalmente.

Concuerda con lo planteado por Thompson (2005):

Los profesionales del arte hablan sobre el arte impresionista en términos de audacia, profundidad, uso de la luz, transparencia y color. Se refieren a las obras contemporáneas, ... Hablando de innovación, valor de inversión y de que el artista es «vanguardista», lo que significa que un relativo desconocido de repente puede pasar a estar muy solicitado debido a informaciones orales. Como los coleccionistas de arte no siempre entienden el código de valores, es comprensible que no confíen en su propio juicio. Muchas veces, su recurso es confiar en una marca. Los coleccionistas son clientes habituales de los marchantes de marca, puján en las casas de subastas de marca y buscan artistas de marca. Hasta que no se consigue una marca, no se es nadie en el mundo del arte contemporáneo (pág.20).

Lo que expone Thompson (2005), en esas líneas y en particular a lo largo de ese capítulo que lleva por título: “Marca e Inseguridad”, es que usualmente los coleccionistas de arte ya pertenecen a cierta elite económica, y en muchas ocasiones compran a partir de lo que él denomina un “marchante de marca” ya establecido y con alto renombre dentro del círculo artístico, ya que este aporta seguridad y solidez a la inversión que está a punto de realizar el coleccionista con la compra de piezas artísticas. Él define la utilización de este concepto (“marchantes de marca”), como:

El concepto de marca normalmente se plantea en relación con los productos de consumo del tipo *Coca-Cola* o *Nike*. La marca otorga personalidad, distinción y valor a un producto o servicio. También sirve para evitar riesgos y ofrecer confianza.

Prada ofrece la seguridad de elegancia y moda actual. El arte de marca funciona del mismo modo. Los amigos no podrán creerlo cuando les diga: «He pagado 5,6

millones de dólares por esa estatua de cerámica». Nadie se muestra desdeñoso cuando se le dice: «Lo compré en *Sotheby's*», «Lo encontré en Gagosian» o «Éste es mi nuevo Jeff Koons». La marca es el resultado final de las experiencias que una compañía crea con sus clientes y los medios de comunicación durante un largo período de tiempo, además de un marketing y unas relaciones públicas inteligentes dirigidas a crear y reforzar esas experiencias. (Thompson, 2005: 20 - 21)

Las marcas exitosas logran generar un “valor añadido” (hablando en términos de *marketing*) que se traduce en una disposición del consumidor a pagar un precio más alto por un “producto de marca” en comparación con uno genérico similar. Este fenómeno se observa claramente cuando optamos por adquirir unos zapatos deportivos *Nike* en lugar de unos zapatos deportivos genéricos que venden en alguna zapatería (aunque su funcionalidad sea la misma). “De igual manera, el valor de marca influye significativamente en la determinación del precio dentro del mercado del arte, específicamente, en el arte contemporáneo, el principal componente del valor añadido procede de las casas de subastas de marca, como *Christie's* y *Sotheby's*.” (Thompson, 2005:21)

Pasa algo parecido con las galerías y museos que ya representan cierto prestigio y, por lo tanto, se podrían considerar de marca, por ejemplo, cuando un artista tiene dentro de su trayectoria exposiciones individuales en el MoMa de Nueva York⁴⁵, se puede considerar que se encuentra en otra categoría de artistas, que los que únicamente hayan expuesto algún Museo Nacional, y esto a la vez no tiene nada que ver con la calidad de sus piezas artísticas, en muchas ocasiones está más relacionado con los contactos y agentes que los representan. Thompson lo indica: “Una obra de arte que se haya exhibido en alguna ocasión en el MoMA o que haya formado parte de una colección de este, exige un precio superior debido a su procedencia.” (Thompson, 2005:21).

No se trata de menospreciar la importancia de exponer en el Museo Nacional, que goza de gran prestigio en el mundo del arte. Sin embargo, existe una clara diferencia de estatus al compararlo con espacios menos reconocidos, como el Museo Tachito, por poner un ejemplo.

⁴⁵ El *Museum of Modern Art*, más conocido por su acrónimo MoMA, es un museo de arte situado en Manhattan, URL: <https://www.moma.org/>

Exhibir en instituciones de renombre aporta un alto nivel de legitimidad a la trayectoria de un artista, y esta percepción se refuerza aún más cuando el artista ha participado en exhibiciones internacionales. Presentar obras en museos destacados a nivel global no solo amplía la visibilidad del artista, sino que también consolida su reputación, añadiendo un valor significativo a su carrera profesional.

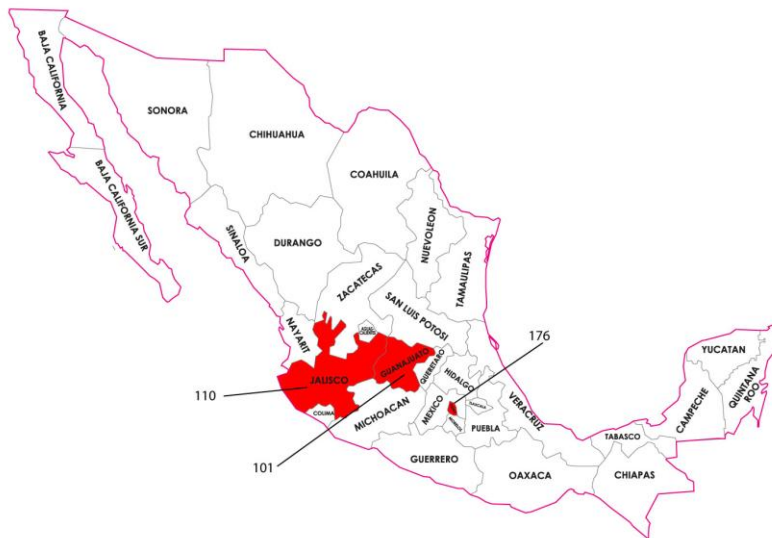
En el arte digital ocurre algo similar: cuando un artista expone sus obras en galerías curadas como *SuperRare* o *KnownOrigin*, donde existe un riguroso proceso de selección y curaduría, se establece una distinción clara frente a aquellas obras que solo están disponibles en plataformas abiertas como *OpenSea*. Este nivel de curaduría en plataformas selectas no solo garantiza un estándar de calidad, sino que también otorga mayor prestigio y credibilidad a los artistas, diferenciándolos de quienes presentan sus piezas en espacios más accesibles y menos regulados.

3.2.1 El comercio del arte en nuestro país

Para tener un contexto más certero de lo que sucede en nuestro país, se elaboró el siguiente mapa de unidades económicas que se dedican al “Comercio, al por menor de antigüedades y obras de arte⁴⁶”:

⁴⁶ Clase 466313 según la clasificación del SCIAN para el año 2018

Gráfico 3.3. Mapa de México de los principales estados de la República Mexicana que poseen unidades económicas dedicadas al “Comercio al por menor de arte y antigüedades” Año 2018.



Nota. Elaboración propia de acuerdo con los datos obtenidos de los Censos Económicos del INEGI 2019.

Se puede observar en el mapa, la CDMX, Jalisco y Guanajuato son los que poseen el mayor número de unidades económicas dedicadas a la actividad mencionada anteriormente, también son los estados que tienen un mayor número de museos privados (Ver mapa 2).

Esto sugiere que las transacciones comerciales más significativas tienen lugar en estos estados. En donde viven o hacen sus principales transacciones comerciales los coleccionistas.

No obstante, es importante tener en cuenta que los coleccionistas y compradores ya no se limitan a estas ubicaciones. Gracias a la adopción de tecnologías digitales y la globalización, ahora tienen la capacidad de adquirir tanto obras de arte tradicionales como digitales a través de galerías en línea. Asimismo, participan en ferias de arte en otros países y visitan galerías en diferentes continentes. En otras palabras, se han expandido las posibilidades para los coleccionistas y compradores, permitiéndoles acceder a una mayor diversidad de obras artísticas en diferentes contextos geográficos.

3.2.2 El coleccionismo de arte digital

Las colecciones de arte digital más rentables en la actualidad son de origen estadounidense y utilizan la tecnología *NFT* para consolidarse en el mercado de arte digital:

CryptoPunks: Considerada una de las primeras y más icónicas colecciones de arte *NFT*, los *CryptoPunks* son personajes pixelados únicos generados por algoritmos. Algunos de los ejemplares más raros y codiciados han alcanzado precios muy altos en el mercado.

Bored Ape Yacht Club: Esta colección presenta una serie de monos pixelados con diferentes características y accesorios. Los propietarios de los Bored Ape Yacht Club tienen acceso a una serie de beneficios y eventos exclusivos en línea.

CriptoKitties: De acuerdo con su sitio en línea: “¡*CriptoKitties* es un juego centrado en criaturas creables, coleccionables y tan adorables a las que llamamos *CriptoKitties*! Cada gato es único en su tipo y 100 % de su propiedad; no puede ser replicado, quitado o destruido”.

Imagen 3.1. Colecciones más rentables de NFT a nivel global.

		
Ejemplo de la colección <i>Cryptopunks</i>	Ejemplo de la colección <i>Bored Apple Yacht Club</i>	Ejemplo de la colección <i>CriptoKitties</i>

Fuente: Imágenes obtenidas de los sitios webs de las respectivas colecciones: Cryptopunks, Bored Apple Yacht Club y CriptoKitties

Lo que se puede observar en los ejemplos, es que tienen una tendencia estética similar: son personajes que se pueden personalizar por sus propietarios (cambiar los accesorios de la vestimenta, modificar el color de piel y ojos), realizados con formas sencillas (cuadrados, círculos y triángulos son las bases de la figura de cada personaje y son perceptibles), los ojos de los personajes son altamente expresivos, utilizan una paleta de colores planos. El público se puede identificar con cualquiera de los personajes, porque toman lo más icónico de cierto tipo de personalidad y lo plasman en la figura, por lo tanto, lo va a querer adquirir.

Más allá de la estética predominante en las colecciones más rentables de arte digital comercializada a través de la herramienta *NFT*. Podemos coincidir con lo señalado por Prada (2012) cuando hace referencia a las nuevas prácticas artísticas en la era digital: “Toda persona puede ser productora y distribuidora de materiales visuales y audiovisuales de todo tipo, esto ha desencadenado un imparable proceso de “amateurización” de las prácticas creativas, del “hágalo usted mismo” o “hagámoslos juntos”” (pág. 45 y 46). Es decir, todas estas colecciones tienen en común la tendencia predominante del momento: la customización del personaje hasta ciertos límites impuestos por el creador, sin necesidad de ser un profesional del arte.

Un aspecto adicional para resaltar es que estas colecciones destacan por su rentabilidad, vinculada no solo a su antigüedad —como sugiere el factor histórico-temporal analizado previamente (Rascón, 2009)—, sino a un anonimato relativo que redefine los parámetros de valoración. A diferencia del arte convencional, donde la autoría individual (ej. Kahlo, Rivera) es central, en el arte digital *NFT* prima la identidad colectiva de la colección: *CriptoKitties*, por ejemplo, se consagra no por la fama de sus creadores —cuya identidad permanece secundaria—, sino por su estatus pionero como primer proyecto *NFT* en popularizar la *tokenización* de activos digitales.

Esta dinámica se combina con una propiedad fragmentada: las colecciones no son acervos unitarios bajo custodia de un solo dueño, sino conjuntos de piezas distribuidas en carteras globales, sujetas a ciclos infinitos de compra-reventa. Cada transacción en plataformas como OpenSea o Rarible no solo actualiza el precio, sino que reescribe la narrativa histórica de la colección, convirtiéndola en un campo de especulación donde el valor se construye mediante la liquidez y el consenso comunitario, no mediante criterios curatoriales tradicionales.

Así, la paradoja es clara: mientras más se atomiza la propiedad, más se mitifica la colección como referente ineludible del metaverso, replicando —en clave algorítmica— los mecanismos de escasez y fetichismo que han gobernado el mercado del arte físico.

Algunas de las plataformas mexicanas o con enfoque en México son:

Higo.xyz: Mercado *NFT* con curaduría de arte digital mexicano.

Blyght: Plataforma que promueve NFTs de artistas latinoamericanos, incluyendo proyectos sobre identidad y resistencia social.

Las tendencias temáticas son la reinterpretación de símbolos culturales (ajolotes, lucha libre, códices), la crítica social (migración, desigualdad, memoria histórica) y la fusión de técnicas ancestrales (textiles, muralismo) con algoritmos generativos. Para tener un acercamiento de índole cualitativa para desarrollar un posible perfil de los artistas digitales que se desenvuelven en México, se realizaron 7 entrevistas, que se explican en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 4. EL ARTE DIGITAL DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS ARTISTAS

En este capítulo, se realizó la caracterización del perfil de un artista digital a partir de un cuestionario de 15 preguntas abiertas (Ver anexos). Se recopilaron y analizaron sus respuestas a cada una de las preguntas planteadas, destacando las características comunes que emergen en sus testimonios. Así, fueron identificados los puntos de coincidencia que se exploran y desarrollan a lo largo de este capítulo.

El instrumento metodológico que se utilizó para elaborar las características de los artistas digitales que integran el mercado del arte digital fue el de entrevistas con preguntas estructuradas y algunas de ellas con respuestas abiertas, ya que este mecanismo “busca entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado” (Álvarez Gayou, 2003:109), también “es un instrumento flexible y dinámico que permite la interacción directa del observador participante con el campo de acción directamente” (Taylor y Bogdan, 1987: 101).

La perspectiva metodológica utilizada fue la interpretación de este instrumento (entrevista) es la de análisis conversacional: “Intenta explicar las prácticas colaborativas de quienes conversan, en las cuales confían cuando establecen una interacción” (Álvarez Gayou, 2003:75). El hacerlo desde este método interpretativo me permitirá posicionarme en la mirada del entrevistado a través del diálogo ejercido en la entrevista y así poder conferir un sentido a las palabras pronunciadas.

Las entrevistas se llevaron a cabo desde el 20 de noviembre del 2023 hasta 30 de abril del 2024. Algunos participantes optaron por responder el cuestionario por escrito, mientras que otros lo hicieron a través de un formulario en línea. La última entrevista (al artista Arcangel Constantini) se realizó mediante la plataforma Zoom.

Los entrevistados son relativamente exitosos y conocidos en el ámbito del arte digital. Todos viven en la CDMX, ya que aquí es el punto en donde se centraliza el arte digital actualmente.

Eduardo Medina Salazar (alias: “Esstro9”) ⁴⁷

Canek Zapata Paniagua⁴⁸

Natalia Marmolejo (alias: “Gurrumata”) ⁴⁹

Alonso Cedillo⁵⁰

Arcangel Constantini⁵¹

Además de estas entrevistas, se realizaron dos entrevistas más, una a Doreen Ríos (considerada curadora e investigadora) y otra a Sergio Cortés, (investigador artístico).

4.1 EL ARTE DIGITAL Y SU CONFIGURACIÓN DESDE LA VOZ DE SUS CREADORES

El contexto del artista digital está definido y determinado por los apartados anteriores, ya que se explica los aspectos de mercado a través del cual desenvuelve su trabajo, ya que, como vimos en los apartados anteriores, la valorización de la obra en los diferentes niveles (simbólico, artístico y precio) tiene ciertas correlaciones, pero no siempre significa que sí es valioso en un nivel por ejemplo artístico (relacionado con la estética de la pieza), lo sea en un nivel simbólico (relacionado con lo conceptual y el significado de la obra) y, por lo tanto, su precio sea alto, y refleje los otros dos valores anteriormente mencionados.

Inicialmente se contempló elaborar una taxonomía del artista digital, sin embargo, esto fue poco factible, debido a que no es posible hacer una categoría cerrada en la que se englobe la respuesta a la pregunta de ¿cómo es un artista digital en México? Por lo anterior se considera que es más pertinente mencionar los perfiles que se repiten en la mayoría de los artistas a través de las entrevistas que se realizaron en la investigación que probablemente se modifiquen a lo

⁴⁷ <https://www.instagram.com/esstro9/>

⁴⁸ <https://canekzapata.net/index.html>

⁴⁹ <https://www.instagram.com/somosgurrumata/>

⁵⁰ <https://www.instagram.com/alonso.cedillo/>

⁵¹ <https://www.instagram.com/arcdiablo>

largo del tiempo, ya que como señala (Couto, 2024): la subjetividad no es estática, sino que se transforma en tanto que el sujeto tiene la posibilidad de replégarse sobre sí mismo, de afectarse.

Según Prada (2023), el arte contemporáneo se encuentra profundamente afectado por el desarrollo de nuevas tecnologías y plataformas digitales, las cuales no solo redefinen los medios de expresión, sino también la identidad y la subjetividad del creador.

Por su parte, Couto (2024), en *Subjetividades en la cultura digital*, enfatiza que el entorno digital fomenta nuevas formas de identidad artística y modos de interacción que transforman la relación entre el creador y su obra. Las herramientas digitales permiten al artista explorar nuevas dimensiones de lo subjetivo, haciendo visible la influencia de la tecnología en la construcción de la identidad artística. Los artistas utilizan la tecnología no solo como un medio, sino también como una extensión de su subjetividad, moldeando así nuevas formas de expresión y significado en el ámbito del arte digital.⁵²

Además del análisis de las principales características del creador digital en México, se incluye una revisión de fuentes bibliográficas de tal forma que permitan la complementación y enriquecimiento de este análisis, proporcionando un panorama amplio y detallado sobre las particularidades y tendencias del arte digital en el país.

4.1.1 Perfil del artista digital en México

Las principales características del artista digital en México, las cuales fueron obtenidas a partir de las entrevistas a distintos artistas en este estudio, se describen a continuación:

La mayoría de los artistas digitales entrevistados desempeñan actividades complementarias a la creación de sus obras para poder sostenerse económicamente. La producción artística por sí sola, especialmente en los primeros años de carrera, no siempre proporciona ingresos suficientes, lo que lleva a muchos creadores a buscar otras fuentes de

⁵² Couto, M. S. (2024) *Subjetividades en la cultura digital*, Buenos Aires. URL:<https://www.teseopress.com/subjetividadesenlaculturadigital>

ingresos, ya sea a través de trabajos relacionados con el arte, como la enseñanza, o en sectores completamente diferentes.

Los artistas digitales entrevistados tienen un tiempo promedio de 10 a 15 años dedicados a su carrera artística, usualmente comienzan su producción desde que entran a estudiar la licenciatura. La mayoría estudió para ser artista visual o relacionado con las humanidades y las artes. La transición hacia el arte digital para estos artistas ha sido impulsada por una combinación de pasión por la tecnología, exploración artística y circunstancias personales. En lo referente a nivel de estudios, los testimonios revelan una combinación de educación formal y aprendizaje autodidacta en el desarrollo de sus habilidades artísticas.

Estas maneras de expresión artística nos llevan al siguiente apartado

4.1.2 Expresión artística del arte digital en México

De acuerdo con los testimonios en las entrevistas, se concluyó que la incorporación de tecnologías digitales en el arte mexicano se ha utilizado para promover la inclusión y la diversidad, resaltando historias y perspectivas diferentes al canon establecido. Además, la digitalización del patrimonio cultural mexicano ha contribuido a su preservación y difusión, asegurando su legado para las generaciones futuras. Ejemplos como escaneos 3D de monumentos intervenidos, obras en plataformas virtuales y performances en línea muestran cómo estas herramientas permiten abordar temas sociales de manera innovadora y efectiva, expandiendo así el alcance y la relevancia del arte en la sociedad contemporánea.

Aunque dos de los entrevistados comentaron tener discrepancia con el término “identidad cultural mexicana”. Alonso Cedillo, expreso: “No estoy seguro a que te refieres con “arte mexicano”. Creo que trabajos como los de Damian Ortega, Amor Muñoz o algunas obras de Tania Candiani y Fran Ilich, responden a contextos sobre la sociedad mexicana y sus prácticas, incluso muchas veces ancestrales. También he visto otro tipo de arte que utiliza a la imagen digital como una especie de expansión de la estampa.”

Natalia Marmolejo (Gurrumata): “Tengo problemas con el término “identidad cultural”. No sé si nos referimos a una identidad nacional impuesta por el Estado Nación. Me imagino un *neo-mexicanismo cyborg*, así de aterrador como suena. Algunos ejemplos que me vienen a la mente de artistas mexicanos que hayan usado tecnologías digitales de manera interesante.”

La discusión sobre el concepto de “identidad cultural mexicana” y su relación con el arte revela tensiones inherentes al modo en que las estructuras culturales e ideológicas responden a los procesos históricos del capitalismo y la modernidad.

Alonso Cedillo y Natalia Marmolejo evidencian las contradicciones del concepto de identidad cultural al cuestionar su naturaleza esencialista e instrumentalizada. Cedillo menciona cómo ciertos artistas dialogan con prácticas sociales y ancestrales, mientras exploran tecnologías contemporáneas como la imagen digital, lo que sugiere un proceso de producción cultural híbrido, influenciado por las transformaciones materiales y sociales de la modernidad tardía. Marmolejo, por su parte, pone en tela de juicio la idea misma de "identidad", señalando su posible origen en los discursos de los Estados-nación, creados históricamente para consolidar estructuras de dominación política y económica.

Desde este enfoque, la identidad cultural no es más que una superestructura, moldeada por las relaciones de producción y el aparato ideológico del Estado. El *neo-mexicanismo cyborg* que menciona Marmolejo puede leerse como una metáfora de la alienación contemporánea, donde la globalización tecnológica y cultural diluye las formas tradicionales de identidad, al tiempo que genera nuevas dinámicas de explotación y acumulación simbólica bajo el capitalismo.

En este contexto, el arte digital y contemporáneo, lejos de ser simplemente expresión estética, actúa como un espacio de resistencia o reproducción de las estructuras de poder. La pregunta clave sería si estas prácticas artísticas cuestionan las lógicas del capital o las refuerzan, reproduciendo las contradicciones de una cultura moldeada por fuerzas económicas globales, pero aún arraigada en historias locales de opresión y lucha.

Ejemplos como la *Herramienta Transfronteriza para Inmigrantes* muestran cómo estas tecnologías pueden ser utilizadas para abordar temas urgentes como la migración y la desobediencia civil, ofreciendo soluciones prácticas y expresiones artísticas innovadoras que impactan en la sociedad contemporánea. El uso de tecnologías digitales ha brindado a los artistas en México una plataforma para explorar nuevas temáticas y narrativas en sus obras, amplificando así ciertos mensajes y perspectivas.

4.1.3 Precio de la pieza artística digital y reconocimiento del artista digital.

En este apartado, se realizaron tres preguntas a los entrevistados con respecto a las variaciones en las políticas gubernamentales y su impacto en las valoraciones económicas y el reconocimiento simbólico en el mercado del arte digital, también se cuestionó acerca de las condiciones económicas, como la inflación, la recesión, y la demanda/valoración de las obras de arte digital, así como los avances tecnológicos y las innovaciones en el ámbito tecnológico están influyendo en la percepción del valor de tus creaciones en el mercado.

Las características que fueron señaladas dentro de las entrevistas fueron las siguientes:

Las políticas gubernamentales y acciones de instituciones tanto públicas como privadas pueden tener un impacto significativo en la valoración económica y el reconocimiento simbólico de las obras de arte digital. Estas medidas pueden proporcionar apoyo financiero, proteger los derechos de autor y promover la visibilidad de las obras digitales en el mercado del arte. Sin embargo, la dinámica del mercado y las preferencias del público también influyen, así como la adaptabilidad del artista es crucial para navegar este terreno complejo. En este sentido, el mayor peso lo tiene el artista para generar las dinámicas y la interacción social de sus piezas artísticas en el mercado del arte.

La adopción de nuevas tecnologías ha abierto el panorama para exponer y realizar obras a través de medios digitales, pero al mismo tiempo ha generado mucha especulación y prontitud de obra hecha de manera rápida y sin mucho concepto de fondo, para un cierto tipo de público, se podría considerar efímera hasta cierto punto.

La tecnología, en el capitalismo contemporáneo, opera como un medio de trabajo y un medio de exposición, dos dimensiones entrelazadas que reconfiguran las relaciones de producción y circulación. Como medio de trabajo, según la conceptualización marxista, la tecnología engloba herramientas, algoritmos y plataformas que median la actividad laboral, intensificando la productividad y facilitando la extracción de plusvalía (Marx, 1867, p. 492). Por ejemplo, los softwares de diseño 3D o las plataformas de crowdsourcing (como Amazon Mechanical Turk) transforman el proceso creativo en tareas fragmentadas y cuantificables, subsumiendo el trabajo intelectual bajo lógicas de explotación flexibles y transnacionales (Fuchs, 2014, p. 78). Sin embargo, la tecnología también actúa como medio de exposición, un dispositivo que no solo produce mercancías, sino que las dota de valor simbólico al exhibirlas en espacios digitales. Plataformas como Instagram, TikTok o mercados de NFTs (OpenSea) convierten la visibilidad en un recurso escaso, donde algoritmos determinan qué obras se viralizan o se convierten en «tendencias», fetichizando su precio mediante mecanismos de atención y validación social (Baudrillard, 1981, p. 12). Este doble rol genera una paradoja: mientras como medio de trabajo la tecnología reduce costos y homogeniza procesos para maximizar ganancias, como medio de exposición debe crear ilusiones de singularidad y autenticidad para justificar precios inflados en mercados especulativos (Harvey, 2014, p. 112).

Natalia Marmolejo (Gurrumata), expresó: “Creo que es un arma de doble filo, ya que cada vez es más fácil crear imágenes interesantes con IA o cualquier otra aplicación de celular, por lo que encontrar arte de calidad conceptual, además de visual, es buscar la aguja en el pajar. Cómo en cualquier medio, hay obra estéticamente interesante y obra insoportablemente genérica. Lamentablemente, lo más comercial suele entrar dentro de la segunda categoría, y tanta basura no ayuda a reivindicar el arte digital como un medio igualmente valioso y digno que la pintura, escultura, y las demás bellas artes.”

La relación entre las condiciones económicas y la valoración del arte digital es compleja y variable. Estrategias como diversificar la presencia en línea, explorar modelos de negocio alternativos y mantener la conexión con la audiencia pueden ayudar a adaptarse a estas circunstancias. La pandemia ha generado un aumento en la atención hacia el arte digital, con oportunidades como los NFT, aunque con desafíos como la volatilidad del mercado.

El artista Arcángel Constantini, dijo al respecto en la entrevista: “Sí, con toda esta onda de las *criptomonedas* y los *NFT’S*, ahí hay una complejidad, al principio, cuando empezaron a desarrollarse, el exceso de consumo energético que estaba relacionado con las criptomonedas, con el *bitcoin*, el *ethereum*, para validarla, tenían que estar 250 mil computadoras trabajando para validarlas; entonces en un principio de los *NFT’S*, que empezaron a despuntar, es pura especulación, todo se trataba de la especulación, de los que estaban invirtiendo en criptomonedas, para revalorizar sus inversiones; si vas ahorita a las ferias de Arte Contemporáneo, es escaso el trabajo que se está moviendo dentro del arte de esta calidad.”

Pareciera que el uso de plataformas digitales es de vital importancia para dar a conocer el trabajo de los artistas, es decir, quien no está usando las redes sociales en este momento como plataforma de exposición de sus piezas artísticas, difícilmente será visible para el público interesado en el arte digital.

Los avances tecnológicos están transformando la percepción del valor del arte digital, con una creciente adopción por parte de los consumidores. La incorporación de nuevas tecnologías en las creaciones digitales ha generado interés y demanda, influyendo en su valoración tanto económica como simbólica. Sin embargo, es fundamental equilibrar la innovación tecnológica con una narrativa artística sólida para mantener la relevancia y la calidad en el mercado del arte digital. Es importante la generación de nuevos públicos para un tipo de arte que aún no se encuentra legitimado al cien por ciento dentro del circuito del arte tradicional.

En particular, en esta última sentencia, el artista digital Canek Zapata, comentó: “Un poco el mercado de arte digital tiene que ver con métodos procesuales, entonces, digamos que la tecnología en tendencia va siempre a tener más demanda (bueno, eso esperaríamos, pero en el circuito de arte mexicano, como que no hay una visión ni una necesidad de la tecnología, es más a veces parecería que la desprecian de entrada.)”, por otro lado, el artista Alonso Cedillo, dijo: “He notado una mayor adopción, así como una aceptación e interés por parte de la gente fuera del circuito. Si ha habido un impacto, pero de momento no siento que sea muy grande en sentido económico”.

La discusión sobre el precio del arte digital y su integración en el mercado revela cómo las condiciones económicas, tecnológicas y sociales moldean la producción y el consumo de bienes culturales. El arte digital, al igual que otras formas de producción cultural, se inserta en un sistema capitalista que prioriza la acumulación de valor por encima de las cualidades intrínsecas o críticas de la obra.

La convergencia de estas funciones redefine la teoría del valor. En la producción, el tiempo de trabajo socialmente necesario se ve comprimido por herramientas digitales, pero en la exposición, el valor se construye mediante narrativas algorítmicas que poco tienen que ver con el esfuerzo laboral objetivado. Un caso paradigmático son los NFTs: el artista emplea tecnología como medio de trabajo (programas de diseño) para crear una obra, pero su valor económico depende de plataformas blockchain que, como medio de exposición, imponen escasez artificial y la vinculan a comunidades de coleccionistas (Zuboff, 2019, p. 203). Esta dinámica evidencia una subsunción real ampliada, donde la tecnología no solo organiza la producción, sino que coloniza la esfera de la circulación, convirtiendo datos, atención y deseos en fuentes primarias de acumulación (Pasquinelli, 2019, p. 45). Así, el capitalismo digital explota tanto la capacidad técnica de producir como la capacidad simbólica de exhibir, desdibujando los límites entre trabajo productivo e improductivo y desafiando categorías clásicas de la economía política.

La especulación en torno a los *NFT* y las *criptomonedas*, como señala Arcángel Constantini, es una manifestación clara de cómo el mercado capitalista convierte el arte en un mero vehículo para la valorización financiera, desvinculándolo de su contenido conceptual o estético. Esto refleja una lógica en la que el valor de cambio del arte digital se determina no por su capacidad de desafiar o enriquecer la conciencia social, sino por su capacidad de generar ganancias rápidas dentro de un sistema especulativo. Esta dinámica reproduce la alienación tanto del productor (el artista) como del consumidor (el público), ya que ambos son subyugados por las reglas del mercado.

Natalia Marmolejo describe cómo la facilidad para producir arte digital puede llevar a una proliferación de obras genéricas, lo que favorece las formas más comercializables, pero vacías, de profundidad crítica. Desde una visión marxista, esto podría interpretarse como una

forma de fetichismo cultural: la apariencia estética del arte digital oculta las relaciones sociales y materiales de producción que lo sustentan, despojándolo de su potencial revolucionario.

A su vez, los comentarios de Canek Zapata y Alonso Cedillo apuntan a una desconexión entre las posibilidades tecnológicas del arte digital y su legitimación dentro de los circuitos tradicionales de arte. Esto se debe, en parte, a que dichos circuitos están profundamente anclados en las jerarquías culturales y económicas que sirven al *status quo* capitalista. La resistencia a la tecnología en algunos sectores podría interpretarse como una defensa de formas culturales "legítimas" que perpetúan la acumulación de capital simbólico por parte de las élites.

En este contexto, la incorporación de plataformas digitales y la creación de nuevos públicos para el arte digital tienen un carácter ambivalente. Por un lado, democratizan el acceso y visibilizan a artistas fuera de los circuitos tradicionales; por otro, someten la práctica artística a las mismas dinámicas de mercantilización y alienación que afectan al resto de la economía.

La valoración económica y simbólica del arte digital refleja una contradicción inherente al capitalismo contemporáneo: mientras las tecnologías digitales ofrecen herramientas para democratizar la creación, distribuir obras sin intermediarios y cuestionar jerarquías culturales tradicionales (Fuchs, 2014, p. 76), su inserción en mercados financiarizados —como los NFTs o plataformas de venta algorítmicas— las subordina a lógicas de acumulación y especulación que vacían su potencial crítico (Harvey, 2018, p. 132). Por ejemplo, obras digitales que desafían nociones de autoría o propiedad, como el arte generativo con código abierto, son frecuentemente cooptadas mediante mecanismos de tokenización que imponen escasez artificial y las convierten en activos intercambiables en criptobolsas (Pasquinelli, 2019, p. 45). Este fenómeno ilustra lo que Fisher (2009) denomina realismo capitalista: la capacidad del sistema para absorber y neutralizar prácticas disruptivas, transformándolas en mercancías compatibles con su reproducción (p. 21). Así, aunque plataformas como Decentraland prometen autonomía creativa mediante metaversos, su infraestructura depende de *blockchain*, una tecnología que replica desigualdades energéticas y económicas (Proof of Work) propias del capitalismo extractivo (Zuboff, 2019, p. 215).

La paradoja radica en que, para que el arte digital trascienda su rol como instrumento de acumulación, no bastaría con innovaciones técnicas o nuevas plataformas, sino que se requeriría una transformación radical de las relaciones sociales que sostienen la producción cultural. Esto implica cuestionar la propiedad privada sobre los medios digitales de creación, redistribuir el valor generado más allá de élites tecnofinancieras y dismantelar la fetichización de la tecnología como solución neutral (Dyer-Witheford, 2015, p. 89). Iniciativas como las DAOs (Organizaciones Autónomas Descentralizadas) o licencias *creative commons* apuntan en esta dirección, pero su impacto sigue limitado por estructuras de poder que priorizan la rentabilidad sobre la equidad (Scholz, 2020, p. 67). En última instancia, la emancipación del arte digital no dependerá de su mera existencia tecnológica, sino de su capacidad para catalizar proyectos políticos que confronten la subsunción real de la cultura al capital (Veraza, 2008, p. 112), redefiniendo qué se valora, cómo se produce y para quién se crea en la era digital.

4.1.4 Exposición y consumo entre el público y el artista

La adopción de tecnologías digitales en el proceso creativo de los artistas en México ha sido impulsada por una combinación de cambios culturales y avances tecnológicos. La integración de herramientas digitales como computadoras, teléfonos celulares y tabletas gráficas ha permitido a los artistas explorar nuevas formas de expresión y expandir su alcance. La disponibilidad de programas educativos en arte digital también ha desempeñado un papel importante en este proceso, proporcionando a los artistas las habilidades y el conocimiento necesarios para utilizar estas tecnologías de manera efectiva. Sin embargo, la adopción de tecnologías digitales también ha generado nuevos retos, como la superficialidad en algunas propuestas y la necesidad de equilibrar la técnica con la profundidad artística. En última instancia, la integración exitosa de tecnologías digitales en el arte depende de la creatividad y la disposición de los artistas a experimentar con nuevas herramientas y técnicas. A veces se utiliza la nueva tecnología, solo por tratar de ser novedoso, pero no existe un trabajo conceptual de fondo que sustente las nuevas propuestas visuales, generadas por las nuevas herramientas tecnológicas.

Natalia Marmolejo (Gurrumata), comentó:

Si, las tecnologías avanzan cada vez más rápido y son más accesibles, inmediatas, amigables e intuitivas. Las nuevas generaciones habitan el Internet porcentajes cada vez más altos de su tiempo, consumiendo contenido más rápido que nunca. Lo único que se necesita realmente es un teléfono inteligente, a diferencia de la pintura, escultura o cualquier otra técnica, y cada persona tiene acceso a plataformas para auto exponerse, así como consumir lo que se está creando en tiempo real. Los *TikTokers* se refieren a ellos mismos y otros miembros como creadores, ya ni siquiera seguidores o usuarios, como en las plataformas pasadas. Además, las aplicaciones están diseñadas para que puedas editar tu contenido ahí mismo, y de hecho lo alientan, privilegiando algorítmicamente la visibilidad de los contenidos creados con sus propias herramientas.

Dentro de la entrevista se realizó el siguiente cuestionamiento: ¿Cuáles son los lugares más comunes donde presentan sus obras artísticas, dónde suelen comercializar sus piezas y qué estrategias emplean para la venta de su trabajo?

Los entrevistados respondieron: la promoción de sus obras se centra en festivales de arte digital (*MUTEK* y *CUT OUT FEST*), galerías en línea y redes sociales (*Intagram*, *X* antes *Twitter*, *Behance*), mientras que estrategias de venta incluyen exhibiciones en museos, ferias y plataformas de arte digital como *Objkt.com*.

Aunque algunos entrevistados consideran que se mueven dentro del circuito tradicional del arte, por ejemplo, Alonso Cedillo, dijo: “Yo me encuentro dentro del circuito tradicional. Todo es a través de museos, festivales, galerías y ferias. Los medios que utilizo son variados, desde pinturas tradicionales o asistidas con inteligencia artificial, escultura, impresión 3D, video, programación, etc. Cuando me compran obras que involucran algo “digital” generalmente tienen la característica de ser un objeto, como una pantalla que se cuelga en una pared, o una escultura que incorpora video o algo similar.”

También el artista Arcangel Costantini, se considera de igual manera, ya que respondió: “Los museos, tuve la capacidad de exponer en distintos museos, desde el arte moderno, el Tamayo, el laboratorio Arte Alameda, el ex Teresa Arte Actual, el Museo del Chopo , ahí

había un interés de la institución, una vocación del mismo espacio, de estar fomentado, estos procesos creativos. En el último sexenio, esto decayó, el recurso, que se tenía para eso, se fue a otros rubros, el Estado necesita darle prioridad a otro tipo de situaciones.”

Esto revela cómo la integración del arte digital en circuitos tradicionales, como museos y festivales, sigue estando limitada por la dependencia de recursos institucionales que se ven afectados por políticas públicas y restricciones presupuestarias. La reducción del apoyo estatal a la cultura, como señala Constantini, responde a la lógica neoliberal de desviar recursos hacia áreas consideradas "más prioritarias", dejando al arte digital en una posición vulnerable frente al mercado.

Por otro lado, la facilidad para producir y distribuir contenido digital, como señala Natalia Marmolejo, está impulsada por un capitalismo de plataformas donde empresas privadas diseñan las herramientas y controlan los algoritmos que determinan la visibilidad y el valor de las obras. Aunque esto permite que más artistas se auto exhiban y comercialicen su trabajo, también los somete a las reglas de estas plataformas, que priorizan la rentabilidad por encima de la calidad conceptual o crítica de las propuestas artísticas.

La superficialidad en algunas propuestas y la presión para producir obras "novedosas" pero carentes de profundidad conceptual son síntomas de la alienación cultural dentro del capitalismo. La rapidez con que se consumen las obras digitales en plataformas como TikTok o Instagram refleja una economía de la atención que fragmenta el tiempo y la experiencia, reduciendo el arte a un producto efímero diseñado para satisfacer demandas inmediatas de consumo.

En conclusión, aunque las tecnologías digitales ofrecen posibilidades para ampliar los horizontes creativos, así como en exponer y, por tanto, ser consumida por el público, estas tecnologías están profundamente condicionadas por las estructuras económicas y sociales del capitalismo. La adopción de estas herramientas en el arte no puede analizarse de manera aislada, sino como parte de un sistema que, al tiempo que ofrece nuevas oportunidades, perpetúa las desigualdades y limita el potencial emancipador del arte. Una verdadera

transformación requeriría un cambio estructural que permita al arte digital superar la lógica del mercado y convertirse en un vehículo para la crítica y la transformación social.

4.1.5 Percepción sobre el arte digital

El arte digital en México ha experimentado una creciente aceptación y reconocimiento, especialmente durante la pandemia, cuando se convirtió en una salida creativa vital. A pesar de esto, aún enfrenta desafíos para ser plenamente integrado en el mercado del arte y las instituciones culturales, a pesar de su prominencia en la sociedad digital actual.

Al respecto al artista Canek Zapata, comentó: “Yo creo que el público ha aumentado, y chance el nivel de exposición del público al arte digital es mayor, pero no veo que haya estrategias o interés en el mercado del arte o en las instituciones artísticas en dar entrada al arte digital. En un país de ingenieros, eso es raro. Y más cuando vemos como Argentina, Brasil, Colombia o Chile tratan a sus artistas digitales, como artistas, y no como bichos raros que la institución tolera, pero no apoya.”

El arte digital es un campo de constante evolución que ofrece espacio para la creatividad y la reflexión. Desde la animación hasta la realidad virtual, su potencial para llegar a una audiencia diversa y promover la participación del espectador es evidente. Sin embargo, existen percepciones variadas sobre su calidad y alcance, desde quienes lo ven como una oportunidad hasta quienes lo consideran mediocre o falso, por el uso de herramientas como la Inteligencia Artificial.

Arcangel Constantini, comentó:

Lo que está sucediendo con la Inteligencia Artificial, yo tengo una noción que la Inteligencia Artificial es igual a ego artificial, hay muchas personas que utilizan herramientas de manera superficial de IA, van y publican en sus redes y en sus espacios, sus últimas creaciones, y lo único que buscan es el aplauso de su burbuja de seguidores o amigos, eso es inflar el ego, de manera artificial, porque ellos no son realmente los que están creando.

En esta idea de que el *prompt*, de que mi *prompt* es lo que hace la diferencia, no es así, porque todo es público y está abierto; y claro que hay artistas que están trabajando con *Machine Learning* e Inteligencia Artificial, pero desde lo profundo, desde la base, desde la programación, desde la investigación seria, no simplemente estar haciendo proyectos y trabajos estéticos, que al final... es decir, tú ves el mercado del arte y ahí no hay Inteligencia Artificial; porque reconocen esa falta de autoría, falta de compromiso del artista.

El arte digital en México y su situación actual reflejan las contradicciones inherentes al capitalismo contemporáneo, donde las dinámicas de producción cultural están mediadas por las fuerzas del mercado y los condicionamientos de las instituciones. A pesar del creciente interés y la expansión del público, como señala Canek Zapata, el arte digital sigue siendo tratado como una forma marginal, deslegitimada en comparación con los medios tradicionales, tanto por el mercado del arte como por las instituciones culturales. Esta exclusión subraya cómo el sistema cultural reproduce jerarquías que favorecen a formas de arte con un valor simbólico y mercantil ya consolidado.

El análisis de Arcangel Constantini sobre la inteligencia artificial como "ego artificial" expone una problemática central: la alienación del artista en el proceso creativo. En lugar de utilizar herramientas digitales como una extensión crítica de la praxis artística, gran parte de su uso se limita a la búsqueda de aprobación superficial en las redes sociales, un reflejo de la economía de atención que define el capitalismo digital. Esta dinámica reproduce la fetichización del producto artístico, donde la apariencia estética importa más que las relaciones sociales, políticas y materiales que lo producen. Esto también explica por qué el mercado del arte rechaza obras generadas con inteligencia artificial, percibiéndolas como carentes de autoría y compromiso, es decir, de las cualidades necesarias para sostener su valor como mercancías.

La comparación que hace Zapata entre México y países como Argentina, Brasil o Chile pone en evidencia cómo el subdesarrollo cultural en México, exacerbado por políticas públicas insuficientes, limita la integración del arte digital en los circuitos tradicionales. Esto no es casualidad, sino resultado de una economía política que prioriza sectores considerados más

"productivos" en términos capitalistas, relegando la cultura a un lugar periférico y dependiente de recursos limitados.

El arte digital en México enfrenta una paradoja: mientras sus herramientas y posibilidades representan un horizonte expansivo para la producción cultural, su reconocimiento está limitado por las estructuras del mercado y las instituciones que operan bajo las lógicas del capital. Para que el arte digital alcance su potencial transformador, es necesario reconfigurar estas estructuras, redistribuir recursos y desmercantilizar la cultura, permitiendo que estas prácticas cuestionen, en lugar de reproducir, las condiciones de desigualdad y alienación del capitalismo contemporáneo.

4.2. ANÁLISIS CRÍTICO Y PERSPECTIVAS FUTURAS

4.2.1 Sesgo de participación de las mujeres en las escuelas de artes visuales

En primer lugar, al realizar las entrevistas, observamos un sesgo en la participación entre hombres y mujeres, lo cual responde a la histórica disparidad de género en las escuelas de arte, un fenómeno influenciado por diversos factores sociales, culturales y estructurales. Entre las razones que pueden explicar la mayor presencia de hombres en estas instituciones se encuentran:

Roles de género y expectativas sociales: Durante gran parte de la historia, se esperaba que las mujeres se dedicaran principalmente a roles domésticos y cuidado de la familia, lo que limitaba su acceso a la educación formal, incluyendo la educación artística. Las normas sociales y las expectativas de género relegaban a las mujeres a roles considerados más apropiados según las convenciones de la época; por esta razón, las mujeres enfrentaban un acceso limitado a la educación en varios periodos históricos. Las oportunidades de educación formal, incluidas las escuelas de arte, a menudo estaban restringidas o negadas a las mujeres, lo que resultaba en una menor representación femenina en estos ámbitos.

Además, a lo largo de la historia, ha habido estereotipos y prejuicios arraigados que consideraban a las mujeres menos capaces o adecuadas para ser artistas profesionales. Los

estereotipos de género, como la idea de que las mujeres solo eran buenas en las artes "femeninas" como la pintura floral o el retrato, limitaron las oportunidades y el reconocimiento de las mujeres en las escuelas de arte. Incluso cuando las mujeres tenían acceso a la educación artística, a menudo se encontraban con barreras institucionales y discriminación en el campo. Podían enfrentar obstáculos para acceder a programas de estudio, recibir tutorías o exhibir su trabajo en galerías y museos.

Es importante tener en cuenta que, a pesar de estos desafíos históricos, muchas mujeres artistas han logrado superar estas barreras y han dejado una huella significativa en la historia del arte. A lo largo del tiempo, las luchas por la igualdad de género y los cambios en las actitudes sociales han llevado a una mayor representación y participación de las mujeres en las escuelas de arte y en el campo artístico en general.

Específicamente en México, de acuerdo con la clasificación de SCIAN, en la categoría de Artistas, escritores y técnicos independientes, en el año censal 2018 la participación de las mujeres en el personal ocupado total corresponde al 34.513%, y en cuanto a personal remunerado ocupa un 37.24% (INEGI 2018).

4.2.2 Flexibilización laboral y precarización del artista digital

La flexibilización laboral, característica central del capitalismo, encuentra en los artistas digitales un terreno fértil para su implementación, exacerbando la precariedad laboral en este sector.

Esta flexibilización podría ser una expresión de manera indirecta de la subsunción del trabajo al capital, donde el proceso creativo del artista es mercantilizado y subordinado a las lógicas del mercado. En el caso de los artistas digitales, la naturaleza intangible de su obra y su dependencia de plataformas tecnológicas contribuyen a la fragmentación del trabajo y a la erosión de condiciones laborales estables. La ausencia de contratos formales, la imposición de plazos inhumanos y la compensación a destajo son manifestaciones concretas de esta precarización, que permite al capital apropiarse del valor generado por el artista sin asumir responsabilidad por su reproducción social. Así, la flexibilización no solo despoja al artista de la seguridad laboral, sino que también transforma su creatividad en una mercancía que se ajusta

a las fluctuaciones del mercado digital, intensificando las desigualdades inherentes al sistema capitalista.

Esta tensión, evidente entre los artistas, también se manifestó en áreas relacionadas con el quehacer artístico. Un ejemplo de ello lo encontramos en las respuestas de la curadora e investigadora Doreen Ríos y el artista e investigador Ernesto Cortés, quienes, al ser consultados sobre si contaban con otra ocupación remunerada, respondieron:

Sí, desde hace seis años he fungido como docente dentro de diversas instituciones de estudios superiores. En mi caso, en particular todas mis exposiciones tienen sus cimientos en investigación, es decir, no considero que sean actividades separadas sino más bien complementarias. Por otro lado, la docencia complementa mi labor como curadora e investigación en la medida en que me mantiene conectada con las preocupaciones, deseos y ansiedad de las generaciones jóvenes de artistas en formación (Doreen Rios, 2024).

Parte de retribución social el doctorado, pero normalmente también siempre lo he hecho así, pero ahora sí que con becas como asistir a dar conferencias en escuelas; sobre todo a nivel secundaria y bachillerato y con tanto con profesores y a veces me invitan con estudiantes son actividades no remuneradas sino que por una convicción personal y de todas estas actividades en la que percibiría mayor ingreso económico en la actualidad considero que es a través de la beca de la estancia postdoctoral con el que si bien no es una actividad o sea donde sí hay un contrato donde me comprometo a realizar ciertas actividades, entre ellas actividades de docencia. Además de las investigaciones y estas actividades de divulgación que llegan a cubrir y como dar clases, pero a lo mucho llega a cubrir qué será, como una cuarta parte de lo que se otorga la beca postdoctoral que ahorita percibo (Ernesto Cortes, 2024).

Esto nos lleva a cuestionarnos: ¿Qué mecanismos explican la persistencia de artistas digitales y sus redes en un sector donde predominan remuneraciones insuficientes?

La interrogante busca entender por qué los artistas digitales y los sectores vinculados a su práctica (curadores, teóricos, plataformas independientes) persisten en un campo con precarización económica estructural, donde la remuneración suele ser baja, irregular o incluso inexistente. Para responder, es necesario analizar motivaciones que trascienden lo financiero, integrando dimensiones culturales, simbólicas y políticas.

Los artistas digitales buscan legitimación cultural en un campo emergente donde el prestigio (exposiciones en bienales, menciones en medios especializados, seguidores en redes) opera como moneda de cambio. Por ejemplo, Un *NFT* exhibido en una galería virtual como *SuperRare* puede no generar ingresos inmediatos, pero otorga visibilidad y consagra al artista en círculos de élite tecnocultural.

Muchos artistas priorizan la libertad expresiva que ofrece lo digital (experimentación con algoritmos, realidad aumentada, glitch art) sobre modelos laborales rígidos. Colectivos como DADA.nyc o RareAF ven en la descentralización digital una forma de escapar a intermediarios tradicionales (galerías, casas de subasta).

Además, para algunos artistas, la práctica artística digital se vincula a críticas al capitalismo tardío, como denunciar la vigilancia masiva o la explotación en plataformas. Aquí, el arte funciona como herramienta política, donde el valor no se mide en ganancias, sino en impacto social que sus piezas artísticas pueden llegar a tener.

Algunos artistas y coleccionistas asumen riesgos económicos apostando a que ciertas obras (*NFTs*, arte generativo) aumentarán su valor con el tiempo, siguiendo lógicas similares al mercado del arte convencional, mientras complementan ingresos con trabajos *freelance* en diseño, publicidad o desarrollo de software, usando habilidades técnicas adquiridas en su práctica artística. Es una estrategia de supervivencia en economías flexibilizadas.

La persistencia de artistas digitales y sus redes en contextos de precariedad económica se explica mediante mecanismos que trascienden la lógica mercantil: el capital simbólico (Bourdieu, 1979/1998) convierte el reconocimiento en moneda alternativa, donde la visibilidad en plataformas especializadas o festivales compensa bajas remuneraciones; infraestructuras

comunitarias —cooperativas, trueques de saberes y crowdfunding— generan microeconomías redistributivas que mitigan la escasez. A ello se suman marcos institucionales: subsidios europeos (como el Mecanismo de Recuperación UE 2021/241) financian proyectos ligados a agendas digitales, aunque con acceso desigual que reproduce jerarquías. Simultáneamente, motivaciones intrínsecas —desde el activismo contra la mercantilización de datos hasta la autoidentificación como resistencia precaria— legitiman la práctica como acto político. Estos factores interactúan con estrategias de adaptación como la *tokenización* (NFTs) o el pluriempleo, que ofrecen ingresos suplementarios, pero acentúan la dependencia algorítmica. No obstante, esta persistencia encarna una paradoja: mientras las redes comunitarias ejercen emancipación, el sistema institucional — empresarial naturaliza la explotación bajo narrativas de 'sacrificio creativo', evidenciando que la democratización tecnológica fracasa ante la reificación de nuevas élites —donde solo el 12% de artistas en galerías virtuales supera el umbral de pobreza (Informe UE 2024)—, exigiendo así reformas estructurales como remuneraciones reguladas o propiedad colectiva de plataformas.

Como señala Byung-Chul Han (2021), en el capitalismo tardío, incluso la resistencia se convierte en mercancía, pero ello no anula su potencial transformador.

4.2.3 Inequidad presupuestaria y el desafío de financiamiento a la cultura en México

Cuando hablamos específicamente de México, pudimos observar que de acuerdo con los datos estadísticos del INEGI (2023), la cuenta satélite de cultura aporta un 2.7% del PIB en el 2024 en sus resultados preliminares.

Es relevante este indicador porque a pesar de que hablamos de un desarrollo más integral y no basado en parámetros como el PIB, finalmente, este parámetro influye en el presupuesto que se le designa al rubro de cultura. Específicamente, en México, la reducción del presupuesto en cultura a nivel federal en los últimos años representa un retroceso en la garantía de los derechos en el acceso a la cultura y nos ponen lejos de los niveles de gasto de otros países. (Fundar, 2021)

De acuerdo con (Fundar, 2021) se estima insuficiente el presupuesto asignado a programas de subsidios. En el PPEF 2022 se contemplan cuatro programas bajo esta categoría: Programa de Apoyos a la Cultura, Programa Nacional de Becas Artísticas y Culturales, Estímulos a la creación artística, reconocimientos a las trayectorias y apoyo al desarrollo de proyectos culturales y Fomento al Cine Mexicano.

De entre estos programas, es especialmente relevante el análisis de los estímulos a la creación artística, reconocimientos a las trayectorias y apoyo al desarrollo de proyectos culturales, que se crea en sustitución al FONCA, y Fomento al Cine Mexicano, el cual sustituye al Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (FOPROCINE) y al Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (FIDECINE). Estos dos programas tienen un monto presupuestado, cada uno, de 110 millones de pesos.

Sin embargo, estos montos podrían ser insuficientes: al analizar los egresos anuales y el número de beneficiarios de los fideicomisos extintos, tenemos que el FONCA debería de recibir mil 45 millones de pesos (9.5 veces que la asignación actual), mientras que el FIDECINE debería recibir 185.13 millones (68% más que la asignación actual) (Fundar, 2021).

El acceso a cultura, como conformador de identidades en el ser humano, está garantizado en diferentes instancias de origen internacional y nacional:

Se encuentra reconocido en el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que se fundamenta en la protección al acceso a los bienes y servicios culturales; la protección del disfrute de estos y; la protección intelectual. Igualmente, se reconoce en el artículo 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos y Sociales. En México este derecho se establece en el artículo 4º constitucional, párrafo 9, que señala:

Toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones, con pleno respeto a la libertad creativa. La ley establecerá los

mecanismos para el acceso y participación a cualquier manifestación cultural. (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2021)

En esta lógica de necesidades y satisfactores propuesta para el arte digital, que forma parte del área cultural en México, encontramos que a pesar de que diversos organismos internacionales como el PNUD y autores reconocidos como Latouche, ponen énfasis en una visión más integral y no solo economicista del desarrollo humano, los programas de presupuestos económicos propuestos desde el Estado, siguen una tendencia hacia una idea de progreso y desarrollo anclada en otro tiempo, en donde el progreso se visualizaba a través de objetos de conformación material. Con esto, no queremos decir que los programas de ayuda a alimentación, vivienda, educación, seguridad, etc. no tengan vital importancia en una sociedad como la nuestra, sin embargo, el reparto más equitativo y justo sí se podría considerar.

Resulta paradójico cómo se plantea la democratización de las herramientas y los medios a través de la digitalización, pero al mismo tiempo esto mantiene a los artistas digitales sujetos a las dinámicas desiguales del mercado capitalista. Aunque las tecnologías digitales prometen accesibilidad y oportunidades creativas, su uso está mediado por plataformas controladas por corporaciones que monopolizan los flujos de información, datos y distribución. En lugar de empoderar plenamente a los artistas digitales, esta estructura consolida nuevas formas de dependencia económica, donde los artistas deben competir en mercados saturados y enfrentar condiciones laborales precarias. Además, el acceso a estas herramientas no garantiza una equidad real, ya que las barreras de entrada, como el costo de equipos especializados, software y formación técnica, perpetúan desigualdades estructurales, dejando a muchos fuera de las promesas de democratización que la digitalización supuestamente ofrece. Así, la digitalización, en lugar de ser un motor de emancipación, se convierte en un instrumento que reproduce las lógicas de exclusión del capitalismo global.

4.2.4 Perspectivas futuras

El arte digital se inserta en las dinámicas del capitalismo, donde la digitalización y la virtualización amplifican las contradicciones inherentes al sistema. El arte digital, al ser producido en su mayoría por trabajadores creativos precarizados, se enfrenta a una apropiación creciente por parte de plataformas y corporaciones tecnológicas que capitalizan tanto su valor

simbólico como su capacidad de generar capital cultural y financiero. Este fenómeno plantea una reproducción de las relaciones de explotación, donde el creador, a pesar de ser el productor de valor, ve limitada su capacidad para apropiarse de las ganancias generadas por su obra. A medida que el mercado del arte digital se consolida, especialmente a través de tecnologías como los *NFT*, se perpetúa la acumulación en manos de unas pocas élites, profundizando las desigualdades estructurales dentro del sistema artístico y tecnológico global.

En un horizonte de transformación, se invita a considerar alternativas que revaloricen el trabajo creativo fuera de las lógicas de acumulación capitalista. Esto podría implicar la construcción de economías colaborativas y solidarias dentro del ámbito del arte digital, así como el desarrollo de plataformas descentralizadas que prioricen la redistribución equitativa de los beneficios generados por estas producciones. Además, sería fundamental una democratización del acceso a las tecnologías digitales para reducir la brecha entre los artistas de diferentes contextos socioeconómicos. Estas medidas, aunque desafiantes dentro del sistema actual, representan una vía para subvertir las dinámicas de explotación y abrir paso a un modelo más inclusivo y sostenible en el ámbito del arte digital.

La narrativa de que el arte digital "democratiza" el acceso al arte es engañosa. Si bien plataformas como Instagram o TikTok permiten a artistas emergentes eludir *gatekeepers* tradicionales (galerías, curadores), imponen nuevos filtros: la tiranía de los algoritmos: las obras deben adaptarse a formatos virales (ej. *loops* de 15 segundos), sacrificando complejidad conceptual; financiarización de la atención: artistas compiten por *likes*, que se traducen en valor monetario mediante patrocinios o *NFTs*, perpetuando la precarización laboral; gentrificación digital: plataformas como *Decentraland*, donde el "terreno virtual" en zonas exclusivas cuesta miles de dólares, reproducen desigualdades espaciales del mundo físico.

Este escenario no invalida el arte digital, pero exige reconocer que su democratización es parcial y paradójica: incluye a nuevos actores, pero bajo reglas definidas por capitales tecnológicos y financieros.

Para que el arte digital cumpla su potencial transformador, se requieren intervenciones estructurales en cuatro ejes principales:

Políticas públicas: Subsidios estatales para artistas digitales, con énfasis en proyectos comunitarios y acceso a tecnologías en zonas marginadas.

Educación crítica: Integrar estudios de arte digital en universidades, no solo desde la técnica, sino desde la economía política y la decolonialidad.

Éticas tecnológicas: Desarrollo de *blockchains* alternativas (ejemplo: Tezos, de bajo consumo energético) y regulación de plataformas para evitar monopolios.

Coleccionismo consciente: Apoyar modelos de propiedad colectiva (DAOs artísticas) que redistribuyan ganancias y decisiones curatoriales.

CONCLUSIONES

El arte digital, como fenómeno cultural y económico, encarna las contradicciones inherentes al capitalismo: promete democratización creativa mientras reproduce jerarquías de poder, celebra la innovación tecnológica, pero depende de infraestructuras extractivas, y oscila entre su potencial crítico y su subsunción en mercados especulativos. A lo largo de esta investigación, se ha revelado que su consumo, producción y validación no pueden analizarse al margen de las estructuras políticas, económicas y sociales que lo condicionan. A continuación, se sintetizan los ejes centrales que articulan esta compleja relación.

El arte digital emergió en la segunda mitad del siglo XX bajo promesas de ruptura con los sistemas tradicionales del arte. Pioneros como Frieder Nake o Vera Molnár utilizaron algoritmos para cuestionar la autoría única, mientras que en los 90, el *net.art* (ej. obras de Olia Lialina) aprovechó internet para desmaterializar la obra y desafiar las instituciones. Sin embargo, la llegada de la *tokenización* mediante *NFTs* (2020) marcó un giro paradójico: tecnologías diseñadas para descentralizar el arte —como *blockchain*— fueron cooptadas por lógicas de acumulación financiera. Plataformas como OpenSea o Foundation replicaron las dinámicas de las subastas tradicionales (*Christie's*), pero con un barniz de innovación que atrajo a inversores globales, no necesariamente interesados en el arte como práctica crítica, sino como activo refugio en economías inflacionarias (Art Market Report, 2023).

Esta transición no fue neutra: obras que cuestionaban el capitalismo ("The Last Bitcoin" de Sara Ludy) se convirtieron en mercancías dentro del mismo sistema que criticaban. Así, el arte digital ilustra la paradoja de la crítica inmanente (Fisher, 2009): su capacidad para desafiar el *status quo* depende de herramientas y mercados que, a su vez, neutralizan su potencial disruptivo.

En México, el arte digital se desarrolla en un contexto de asimetrías estructurales. Por un lado, instituciones públicas como el Centro de Cultura Digital (CCD) o el Laboratorio Arte Alameda promueven proyectos experimentales que exploran identidad, migración o memoria (instalaciones de Rafael Lozano-Hemmer). Por otro, la falta de financiamiento estatal las obliga a buscar alianzas con empresas tecnológicas (Microsoft, Meta) cuyas agendas suelen privilegiar la "innovación" despolitizada sobre el análisis crítico.

El coleccionismo local refleja esta tensión: mientras figuras como Eugenio López Alonso (Museo Jumex) *tokenizan* obras para atraer audiencias globales, colectivos como VGLab (Videojuegos y Arte) luchan por sostener prácticas independientes en un mercado dominado por plataformas anglo-céntricas. Además, la brecha digital —solo el 70% de la población tiene acceso a internet (INEGI, 2023)— excluye a amplios sectores de participar en el "metaverso" artístico, replicando exclusiones históricas.

Por otro lado, el *blockchain* ¿es una herramienta de emancipación o dispositivo de control? La tecnología blockchain, núcleo de los NFTs, fue promocionada como un mecanismo para devolver el poder a los artistas, eliminando intermediarios. No obstante, su implementación ha evidenciado límites como la centralización encubierta: El 60% de las ventas de NFTs se concentra en el 5% de los artistas (Chainalysis, 2023), muchos de ellos ya consagrados en circuitos tradicionales; el impacto ambiental: la minería de criptomonedas, necesaria para transacciones en Ethereum, consume más energía que países enteros como Finlandia (Digiconomist, 2023) y la especulación sobre la identidad: colecciones como "CryptoAztecs" reducen iconografías indígenas a algoritmos vendibles, vaciándolas de su contenido histórico (Gómez-Peña, 2022).

Aun así, proyectos como "Códices Digitales" de Gabriela Munguía —que vincula *smart contracts* con tradiciones mesoamericanas— demuestran que la *blockchain* puede resignificarse como herramienta decolonial, siempre que su uso esté guiado por éticas comunitarias y no por la maximización de ganancias.

El arte digital no es un mero reflejo del capitalismo cultural: es un campo de batalla donde se disputan sentidos, valores y futuros posibles. Su estudio desde la economía política no busca condenarlo, sino desentrañar sus contradicciones para imaginar rutas más justas. Como advierte Hito Steyerl (2017), en la era de la reproducción técnica infinita, el arte debe elegir entre ser un espejo del capitalismo o un martillo para transformarlo. En México y el mundo, esa elección sigue abierta.

La progresiva desvinculación de la obra artística de su origen —esto es, de su contexto creativo, intención autoral y condiciones materiales de producción— es un fenómeno inherente a la mercantilización del arte bajo el capitalismo, proceso que se intensifica con la aparición de nuevos intermediarios tecnológicos. En la tradición marxista, la obra de arte, como mercancía, sufre un desdoblamiento fetichista: su valor de uso (vinculado a su significado estético o cultural) queda subordinado a su valor de cambio, determinado por relaciones abstractas de mercado (Marx, 1867, p. 82). Este desarraigo comienza con intermediarios tradicionales como galerías y casas de subasta, que transforman la pieza en un bien intercambiable, despojado de su carga simbólica original para ser evaluado según su precio y potencial de revalorización (Bourdieu, 1979, p. 143). Sin embargo, en la era digital, plataformas como OpenSea (para NFTs) o algoritmos de recomendación en redes sociales (Instagram, TikTok) añaden capas de abstracción: la obra no solo se desvincula de su creador, sino que su circulación depende de protocolos *blockchain* o métricas de *engagement* que redefinen su valor en términos de liquidez y visibilidad algorítmica (Pasquinelli, 2019, p. 89).

Este proceso se acelera con la tokenización mediante NFTs, donde la obra digital —originalmente replicable infinitamente— adquiere una identidad única en la blockchain, artificializando su escasez para convertirla en un activo financiero (Harvey, 2018, p. 167). Aquí, el intermediario ya no es un agente humano (curador, marchante), sino un contrato inteligente que registra la propiedad y transfiere derechos en segundos, eliminando todo rastro del contexto de creación. Como señala Zuboff (2019), estas tecnologías no solo median, sino que extraen valor de la obra al convertir cada transacción en datos monetizables, reforzando un ciclo donde la pieza se independiza de su origen para servir a lógicas de acumulación especulativa (p. 215). El artista, en este marco, se enfrenta a una paradoja: mientras las plataformas prometen autonomía al eliminar intermediarios tradicionales, imponen nuevos mecanismos de control (comisiones por transacción, dependencia de criptomonedas) que reconfiguran su agencia bajo reglas técnicas opacas (Fuchs, 2014, p. 112).

La consecuencia es una doble alienación: por un lado, el artista pierde el vínculo material con su obra, ahora reducida a un token en una cadena de bloques; por otro, el espectador consume una pieza descontextualizada, cuyo valor se mide en likes, shares o ETH (Ethereum), no en su capacidad para provocar reflexión crítica. Esta dinámica refleja lo que Jameson (1991) denominó lógica cultural del capitalismo tardío, donde la fluidez de los signos

y la hipermediación tecnológica diluyen las narrativas históricas y geográficas que dan sentido al arte (p. 48). Incluso proyectos que buscan subvertir el sistema, como el arte digital colaborativo en repositorios abiertos, son cooptados cuando plataformas como Foundation los tokenizan para convertirlos en bienes de colección, desplazando su valor hacia la esfera financiera (Scholz, 2020, p. 73).

No obstante, la desvinculación no es un destino inevitable. Iniciativas como las DAOs (Organizaciones Autónomas Descentralizadas) o modelos de licencias creative commons proponen circuitos alternativos donde la obra mantiene cierta conexión con su origen mediante contratos colectivos y reparto equitativo de beneficios (Dyer-Witheford, 2015, p. 156). Sin embargo, estas alternativas chocan con la infraestructura capitalista dominante, que subsume toda innovación a su lógica. Así, la pregunta central persiste: ¿es posible preservar la integridad originaria de la obra en un sistema donde cada intermediario —humano o algorítmico— opera como un nodo extractivista? La respuesta, hasta ahora, sugiere que solo una transformación radical de las relaciones de producción —más allá de la mera crítica tecnológica— podría restituir el arte a su esfera de creación colectiva y significado compartido.

BIBLIOGRAFÍA

- Althusser, Louis (1970/1974). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Letra e.
- Alkhudary, Rami, Belvaux, Bertrand y Guibert, Natalie (2022). *Understanding non-fungible tokens (NFTs): insights on consumption practices and a research agenda*. Marketing Letters.
- Álvarez Gayou- Jurgenson, J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología*. Paidós Educador.
- Antonopoulos, M. Andreas (2014). *Mastering Bitcoin: unlocking digital cryptocurrencies*. O'Reilly.
- Appadurai, Arjun (1986). *La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías*. Editorial Grijalbo.
- Arkelof, George (1970). *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. Oxford University Press.
- Art Market Report (2023). *Art Basel & UBS Global Art Market Report*.
- ArtNews Magazine* (2017 - 2022). *Top de los 200 coleccionistas de arte más importantes*.
- Baudrillard, Jean (1979/2007). *El intercambio simbólico y la muerte*. Monte Ávila editores.
- (1981). *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Belmonte, Vico Ana (2008). *La inversión en bienes de colección. El mercado de las subastas en el arte y el coleccionismo: Desde sus orígenes a la actualidad*. Universidad Rey Juan Carlos.
- Benjamín, Walter (1936/2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ediciones Itaca.
- (1892 -1940 / 2018). *Iluminaciones*. Taurus
- Bridle, James (2018). *La nueva edad oscura: Tecnología y el fin del futuro*. Caja Negra.
- Brouwer, J., & Mulder, A. (2019). *Transfigurations of the Art Market in the Digital Age*. NAI Publishers.
- Boltanski, Lucas y Chiapello, Eve (1999). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Ediciones Akal.
- Boltanski, Lucas y Esquerre, Arnaud (2022). *Enriquecimiento. Una crítica de la mercancía*. Editorial Anagrama.

- Bourriaud, Nicolas (2002). *Postproducción*. Adriana Hidalgo.
- (2009). *Estética relacional*. Adriana Hidalgo.
- Bourdieu, Pierre (1979/1998). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.
- (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Madrid: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre y Jhonson, Randal (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Columbia University Press.
- Boutique, Natalie (2015) *El mercado del arte desde mediados del siglo XX hasta la actualidad: Los distribuidores del arte en el contexto nacional e internacional*. (UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS).
- Blas García, M. (2005). *Arte-artesanía, interacción histórica*. Biblio 3W, X(599).
- Collins, C. (2021). *NFT, arte y coleccionables. Guía para comprender las fichas no fungibles*. Publishing Forte.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2021). Última Reforma DOF 28 05-2021. *Artículo 4to constitucional*. Consultado el 5 de diciembre del 2021. Disponible en: [<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>]
- Copeland, Jack (2020). *Colossus: The secrets of Bletchley Park's code-breaking computers*. Oxford University Press
- Crane, Diane (2014). *Global Culture: Media, Arts, Policy, and Globalization*. Palgrave
- De la Garza Toledo, Enrique (2013). *Trabajo No Clásico y Flexibilidad*. Redalyc
- Deffebach, Nancy (2018). *María Izquierdo: arte puro y mexicanidad*. Revista Coherencia, Vol. 15, No. 29, julio - diciembre de 2018, pp. 13-36.
- Dyer-Witheford, Nick (2015). *Cyber-Proletariat: Global Labour in the Digital Vortex*. Pluto Press.
- Duncan, Carol (1995). *Civilizing rituals: Inside public art museums*. Routledge
- Durán Medraño, María José (2008). *Hacia una crítica de la economía política del arte. Una historia ideológica del arte moderno considerando su modo de producción*. Madrid, España. Plaza y Valdés.

- ENDUTIH (Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares), (2022). Comunicado de prensa del 19 de junio. Disponible en [\[https://shre.ink/gJFc\]](https://shre.ink/gJFc)
- Filipovic, Elena (2005). *The global white cube*. MIT Press.
- Fisher, Mark (2009). *Capitalist Realism: Is There No Alternative?*. Zero Books.
- Foresta, D.; Mergier, A.; Serexhe, B. (1995). *The new space of communication, the interface with culture and artistic activities*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Siglo XXI Editores
- Freitag, Vanessa (2015). *La invención del arte, una historia cultural*. Alteridades, vol.25, no.49, Ciudad de México, ene./jun. 2015.
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. Routledge.
- Fundar (Centro de Análisis e Investigación) (2021). *Análisis temático. Presupuesto federal para cultura 2022 (paquete económico 2022)*. Consultado el 6 de diciembre del 2021. Disponible en: [\[https://fundar.org.mx/pef2022/presupuesto-federal-para-cultura\]](https://fundar.org.mx/pef2022/presupuesto-federal-para-cultura)
- García Canclini, Nestor (2019). *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Deusto.
- García Canclini, Nestor (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo
- García Morcillo, Marta (2005). *Las ventas por subasta en el mundo romano: la esfera privada*. Ediciones Universidad Barcelona
- García, H. (2006). *Deleuze, Foucault, Lacan: una política del discurso*. Buenos Aires: Quadrata.
- Garduño, Ana (2009). *El poder del coleccionismo de arte: Álvaro Carrillo Gil*. UNAM Colección posgrado
- (2013). *Inés Amor: “la galería soy yo”*. México: CONACULTA, INBA, CENIDAP, Estampa, artes Gráficas.
- Gómez-Peña, Guillermo (2022). *Ethno-techno: Writings on Performance, Activism, and Pedagogy*. Routledge.
- Gordon, Laing (2004). *Digital Retro: The Evolution and Design of the Personal Computer*. Sybex.

- Gombrich, E. H. (2013). *La historia del arte*. Phaidon Press.
- Graham, Benjamin (1949 /1976). *The Intelligent Investor*. Perfect Bound
- Graw, Isabelle (2013). *¿Cuánto vale el arte? Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Buenos Aires. Mardulce
- Guzmán, Diego (2018). *Derecho del arte. El derecho de autor en el arte contemporáneo y el mercado de arte*. Universidad Externado de Colombia.
- Han, Byung-Chul (2021). *No-cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.
- Haraway, Donna (1984). *Manifiesto Cyborg*. Cátedra.
- Harvey, David (1989/1990). *The Condition of Postmodernity*. Blackwell
- (2004). *El Nuevo Imperialismo*. Ediciones AKAL.
- (2018). *Marx, el capital y la locura de la razón económica*. Akal.
- Horowitz, Noah (2011). *Art of the Deal: Contemporary Art in a Global Financial Market*. Princeton University Press.
- Hayles, N. Katherine (1999). *How We Became Posthuman*. University of Chicago Press.
- Jameson, Frederic (1991). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press.
- INBAL (2019). *La obra de María Izquierdo, ventana de arte mexicano al mundo*. Secretaría de Cultura. Dirección de Difusión y Relaciones Públicas. Boletín núm. 1677
- INEGI (2018). *Censos Económicos*
- (2020). *Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite de la Cultura de México. Fuentes y metodologías*.
- (2023). *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones*.
- Jameson, Fredric (1991). *Posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Ediciones Paidós.
- Kosuth, Joseph (1966-1990/1991). *Art after Philosophy and After: collected writings, 1966-1990*. Massachusetts Institute of Technology.
- Lanza, Darío (2021). *Arte Digital: Historia, evolución y tendencias en el arte de los nuevos medios*. Universidad Complutense de Madrid.

- Latouche, Serge (2010). *El decrecimiento como solución a la crisis*. Revista Mundo, Siglo XXI, págs. 48 – 53.
- Lazzarato, Mauricio (2015). *Gobernar a través de la deuda: tecnologías de poder del capitalismo neoliberal*. Editorial Amorrortu.
- Lomnitz, Claudio (2001). *Deep Mexico, silent Mexico: An anthropology of nationalism*. University of Minnesota Press.
- Manovich, Lev (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Marx, Karl (1867/2015). *El Capital Tomo I Volumen I. Libro primero: El proceso de producción de capital*. Lectulandia.
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. Originally Published in Psychological Review, 50, 370-396.
- Max-Neef, M., Elizalde, A. y Hopenhayn, M (1993). *Desarrollo y necesidades humanas*.
- McAndrew, C. (2021). *The Art Market Report*. Art Basel & UBS
- Merleau-Ponty M. (2012). *Phenomenology of Perception*. Routledge
- Monreal Ramírez, Jesús Fernando (2020). *Máquinas para descomponer la mirada. Estudios sobre la historia de las artes electrónicas y digitales en México*. (DAH.UAM).
- Moulin, Raymonde (1992). *L'artiste, l'institution et le marché*. Flammarion.
- Nees, Georg (1969 / 2006). *Generative Computer Graphics*. Kaleidoskopen.
- Nicols, John (2013). *Civic Patronage in the Roman Empire*. Brill.
- Nivón Bolán, Eduardo (2016). *La política cultural en México: temas, problemas y oportunidades*. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente.
- Non-Fungible (2022) *Quarterly NFT Market Report Q3 2022*. No Fungible Corporation.
- Olmedo, Efraín (2013). *El Derecho del mercado del arte en México*. Tesis UNAM.
- Pasquinelli, M. (2019). *El ojo de la máquina*. Caja Negra.
- Paul, Christiane (2015). *Digital Art*. Thames & Hudson.
- Prada, Juan Martín (2012). *Prácticas artísticas e internet en la era de las redes sociales*. Akal Ediciones.
- (2017). *Sobre el arte post-internet*, en Revista Aureus, núm. 3, Universidad de Guanajuato, junio, 2017 .
- (2023). *Teoría del arte y cultura digital*. Ediciones Akal.

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (1990). *Desarrollo Humano Informe 1990*. Tercer Mundo Editores.
- Purtova, N. (2022). *Sustainability and Blockchain: Ethical Implications of NFTs*. *Journal of Digital Ethics*, 14(2), 45-60
- Rascón Castro, Cristina (2009). *Para entender la economía del Arte*. Nostra Ediciones.
- Ricardo, David (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. John Murray.
- Robertson, Ian (2005). *Understanding International Art Markets and Management*. Routledge.
- Robertson, Ian, & Chong, Derrick. (2008). *The Art Business*. Routledge.
- Roldan, Manuel Jesús (2022). *Historia del arte con nombre de mujer*. RB Media
- Ruiz, Nacho (2011). *La Obra de arte como objeto de intercambio. Procesos y estructuras en el mercado del arte*. Centro Cultural de España en Guatemala.
- Rupert Martin, Jhon (1986/2001). *Barroco*. Madrid
- Scholz, Trebor (2020). *Cooperativismo de plataforma: Contestando el capitalismo corporativo*. Dimmons
- Sennett, R. (2008). *The Craftsman*. Yale University Press.
- Smith, Adam (1776). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. W. Strahan y T. Cadell.
- Srnicek, Nick (2018). *Capitalismo de Plataforma*. Editorial Caja Negra
- Steyerl, Hito (2017). *Duty-Free Art: Art in the Age of Planetary Civil War*. Verso Books.
- Taylor, S.J. y Bogdan R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Paidós.
- Thompson, B. Jhon (1990/1998). *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. UAM
- Thompson, Don (2005). *The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art*. Editorial Ariel.
- Veblen, Thorstein (1899). *The Theory of the Leisure Class*. Project Gutenberg.
- Velthuis, Olav (2005). *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton University Press.
- Veraza, Jorge (2008) *Subsunición real del consumo bajo el capital*. Editorial Itaca.

Waelder, Pau (2015). *Venta y coleccionismo de arte en la sociedad red. Interacciones entre el arte contemporáneo, nuevos medios y el mercado del arte*. Tesis doctoral de la Universidad Abierta de Cataluña.

Zuboff, Shoshana (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs

REFERENCIAS DE SITIOS EN LÍNEA

Art Basel & UBS. (2023). *The Art Market 2023*. <https://www.artbasel.com>

2022 Frida NFT <www.fridanft.org> acceso el 24 de septiembre del 2022.

Aristegui Noticias. (2022, 26 de septiembre) *Queman obra de Frida Kahlo, se convierte en NFT y cuadruplica su valor* en: <<https://acortar.link/HB8DAx>> acceso el 27 de septiembre del 2022.

Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, October 30). *Sotheby's*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/Sothebys>

Couto, M. S. (2024) *Subjetividades en la cultura digital*, Buenos Aires. URL: <https://www.teseopress.com/subjetividadesenlaculturadigital>

Cultura Colectiva (2023). <https://culturacolectiva.com/arte/10-galerias-de-arte-online/>

Diccionario etimológico de castellano en línea (2021). *Etimología de la palabra desarrollo*. URL: [<http://etimologias.dechile.net/?desarrollo>]

García, Chris (2017). *Lost and found: Andy Warhol's Amiga Artworks*. Disponible en: <https://computerhistory.org/blog/lost-and-found-andy-warhols-amiga-artworks/>. Consultado el 20 de noviembre del 2024

El mural de los poblanos. <https://web3.elmuraldelospoblanos.com/>. Consultado el 25 de septiembre del 2022

INEGI. (2023). *Sistema de Cuentas Nacionales de México*. <https://www.inegi.org.mx>

Nadini, M., Alessandretti, L., Di Giacinto, F., Martino, M., Aiello, L. M., & Baronchelli, A. (2021). *Mapping the NFT revolution: Market trends, trade networks, and visual features*. Scientific Reports, *11*(1), 20902. [https://doi.org/10.1038/s41598-021-00053-](https://doi.org/10.1038/s41598-021-00053-8)

Nakamoto, S. (2018). *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. Disponible en: [\[https://bitcoin.org/bitcoin.pdf\]](https://bitcoin.org/bitcoin.pdf). Consultado el 22 de mayo del 2022.

Parkosyvana (2020). ¿Cómo funciona el mercado del arte? <https://www.arteymercado.com/como-funciona-el-mercado-de-arte>

ANEXOS

Anexo A. Entrevista a artistas digitales

Entrevista aplicada con preguntas abiertas

Nombre:

Edad:

Ciudad:

Género:

1. Aparte de su ocupación como artista digital, ¿se involucra en alguna otra profesión o campo? ¿Cómo encuentra que estas áreas complementan o interactúan con su identidad como artista digital? ¿Tiene otra ocupación remunerada?
2. ¿Cuánto tiempo ha estado ejerciendo la profesión de artista digital? Nos podría compartir un poco de su trayectoria profesional. ¿Por qué ahora es artista digital?
3. ¿Cuál es su nivel de educación formal y cuál es el origen de su formación, ya sea académica, independiente o autodidacta?
4. ¿Cómo crees que las variaciones en las políticas gubernamentales, como las becas artísticas y de intercambio, así como las acciones de instituciones públicas como el FONCA y entidades privadas como Colección Jumex, en relación con la propiedad intelectual y los derechos de autor, han impactado en la valoración económica y el reconocimiento simbólico de las obras de arte digital en el mercado?
5. En un entorno económico global cambiante, ¿cuál ha sido tu experiencia en cuanto a la correlación entre las condiciones económicas, como la inflación y la recesión, y la demanda/valoración de las obras de arte digital? Por ejemplo: Dada la pandemia (2020-2021) y las actuales crisis económicas, se ha desencadenado una situación económica crítica que ha dado lugar a problemas como la inflación y el desempleo. ¿Cómo crees que estas circunstancias están influyendo en las valoraciones del arte digital? ¿Existen estrategias específicas que hayas implementado para adaptarte a estas circunstancias?
6. Teniendo en cuenta la naturaleza digital de tus obras de arte, ¿cómo crees que los avances tecnológicos y las innovaciones en el ámbito tecnológico están influyendo en la percepción del valor de tus creaciones en el mercado? ¿Has notado una mayor

adopción de nuevas tecnologías por parte de los consumidores y ha tenido algún impacto en la valoración tanto económica como simbólica de tus obras?

7. ¿Cuáles consideras que fueron los factores determinantes que llevaron a los artistas en México a adoptar tecnologías digitales en su proceso creativo? ¿Fue esta adopción una respuesta a cambios culturales, avances tecnológicos o una combinación de ambos? Por ejemplo, la incorporación de la computadora como herramienta de trabajo en el ámbito artístico desde la década de 1970, seguida por la utilización de otras tecnologías como teléfonos celulares, impresoras 3D, tabletas gráficas, proyectores y en la actualidad, el uso de la inteligencia artificial.
8. Dentro del contexto artístico mexicano, ¿cuáles son las ventajas más notables, tanto a nivel individual como colectivo, de utilizar herramientas digitales en la creación artística? ¿Se ha producido un cambio en la dinámica entre los artistas y su público como resultado de esta adopción tecnológica?
9. Desde tu perspectiva, ¿cómo ha influido la incorporación de tecnologías digitales en el arte mexicano en la promoción de la identidad cultural y la expresión social? ¿Existen ejemplos concretos en los que estas herramientas?, hayan permitido abordar temas específicos de manera más efectiva o innovadora?
10. En el contexto cultural y social de México, ¿cómo consideras que el uso de tecnologías digitales ha permitido a los artistas abordar nuevas temáticas o narrativas en sus obras? ¿Existen ejemplos específicos en los que estas tecnologías hayan contribuido a amplificar ciertos mensajes o perspectivas?
11. ¿Podrías compartir tu perspectiva sobre cómo la integración de tecnologías digitales ha enriquecido la escena artística en México? ¿Qué te motivó personalmente a explorar estas herramientas en tu trabajo creativo?
12. ¿Cuáles son los lugares más comunes donde presentan sus obras artísticas, dónde suelen comercializar sus piezas y qué estrategias emplean para la venta de su trabajo?
13. Desde tus inicios hasta ahora, ¿has observado cambios en la percepción general del arte digital en México? En términos de aceptación, valoración y comprensión por parte del público y las instituciones artísticas, ¿cómo crees que ha evolucionado esta forma de expresión a medida que las tecnologías digitales se vuelven más prominentes en la sociedad?
14. ¿Cómo ha sido su experiencia en términos de sostenibilidad económica a través de su labor como artista digital? ¿Encuentra que su profesión le proporciona los recursos

necesarios para mantener su estilo de vida, o ha tenido que complementarla con otras actividades?

15. Si está dispuesto a compartir, ¿cómo varía el rango de ingresos que ha experimentado en el ejercicio de su profesión como artista digital? Esta información podría proporcionar una idea más completa sobre la viabilidad financiera en este campo, pero la respuesta es completamente opcional.
16. ¿Cuál es tu percepción actual sobre el arte digital?

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Amateurización: Es la tendencia hacia la producción y creación de contenido por parte de aficionados, facilitada por herramientas digitales accesibles y plataformas en línea. Este fenómeno democratiza la creación cultural, permitiendo que personas sin formación profesional participen activamente en la producción de arte, música, videos y otros medios. Refleja un cambio en la cultura hacia la participación masiva. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.

Big Data: se refiere a conjuntos de datos extremadamente grandes y complejos que superan la capacidad de las herramientas tradicionales de procesamiento. Se caracteriza por las "tres V": volumen (cantidad), velocidad (generación rápida) y variedad (diferentes tipos de datos). Su análisis permite obtener insights valiosos para la toma de decisiones en diversos campos. Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.

Bitcoin: Es una criptomoneda descentralizada creada en 2009 por una persona o grupo bajo el seudónimo Satoshi Nakamoto. Funciona en una red *blockchain* que permite transacciones seguras y sin intermediarios, validadas por un sistema de minería. Es considerada una reserva de valor y un medio de pago digital global. Fuente: Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. Bitcoin.org.

Blockchain: Es una tecnología de registro distribuido que almacena información en bloques encadenados de forma segura y descentralizada. Cada bloque contiene datos, un sello de tiempo y un vínculo criptográfico al bloque anterior, lo que garantiza su inmutabilidad. Se usa en criptomonedas, contratos inteligentes y diversas aplicaciones que requieren transparencia y seguridad. Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. Bitcoin.org.

Brokers: es un agente intermediario que facilita transacciones entre compradores y vendedores en un mercado, actuando como puente entre oferta y demanda a cambio de una comisión, acceso privilegiado o influencia estratégica. Su función central es reducir asimetrías de

información, garantizar seguridad en las transacciones y optimizar la eficiencia del mercado, aunque su papel puede variar según el sector.

Commodities: (en español, materia prima o bien básico) es un producto o recurso estandarizado, intercambiable y no diferenciado, cuyo valor se determina por criterios objetivos de oferta y demanda en mercados globales, más que por atributos cualitativos únicos.

Contratos inteligentes (*Smart Contracts*): Son programas autoejecutables almacenados en una blockchain que ejecutan automáticamente acuerdos cuando se cumplen condiciones predefinidas. Eliminan la necesidad de intermediarios, reduciendo costos y aumentando la transparencia. Son fundamentales en plataformas como *Ethereum* para aplicaciones descentralizadas. Szabo, N. (1997). *The idea of smart contracts*. Nick Szabo's Papers and Concise Tutorials.

Criptoarte: Es una forma de arte digital autenticada mediante tecnología blockchain, generalmente en forma de *NFT (tokens no fungibles)*. Permite a los artistas vender obras únicas o de edición limitada con trazabilidad y prueba de propiedad. Dowling, M. (2021). *Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies?* Finance Research Letters, 44, 102097.

Criptomonedas: Son monedas digitales que utilizan criptografía para asegurar transacciones y controlar la creación de nuevas unidades. Operan en redes descentralizadas basadas en tecnología *blockchain*, lo que elimina la necesidad de intermediarios como bancos. Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A., & Goldfeder, S. (2016). *Bitcoin and cryptocurrency technologies: A comprehensive introduction*. Princeton University Press.

Crowdfunding: es un método de financiamiento colectivo en el que una persona, empresa o proyecto obtiene recursos económicos a través de pequeñas contribuciones realizadas por un gran número de personas, generalmente mediante plataformas en línea como Kickstarter o Indiegogo. Esta estrategia permite apoyar iniciativas creativas, sociales, tecnológicas o empresariales sin recurrir a fuentes tradicionales de financiamiento.

Culturas *online* y *offline*: Se refieren a las prácticas, interacciones y expresiones culturales que ocurren en entornos digitales (internet) y físicos (mundo real), respectivamente. Mientras que la cultura online se caracteriza por la conectividad global y la inmediatez, la cultura offline se basa en la interacción cara a cara y en espacios físicos. Ambas coexisten y se influyen mutuamente en la sociedad contemporánea. Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Polity Press.

Customización: Es el proceso de personalizar productos, servicios o experiencias según las preferencias o necesidades individuales de los usuarios. Utiliza tecnología y datos para ofrecer soluciones adaptadas, mejorando la satisfacción del cliente y la relevancia del producto. Es una tendencia clave en industrias como el marketing, la moda y la tecnología. Pine, B. J. (1993). *Mass customization: The new frontier in business competition*. Harvard Business Review Press.

Cyborg: Es un organismo cibernético que combina elementos biológicos con componentes tecnológicos para mejorar sus capacidades. Puede ser un humano con implantes electrónicos, como prótesis avanzadas o interfaces cerebro-máquina. La idea de los *cyborgs* se aplica en medicina, robótica y ciencia ficción. Haraway, D. J. (1991). *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. Routledge.

DALLE de OpenAI: Es un modelo de inteligencia artificial que genera imágenes a partir de descripciones textuales, combinando creatividad y precisión técnica. Cuando estas imágenes se animan con After Effects de Adobe, se añaden efectos visuales, movimiento y secuencias dinámicas, creando piezas audiovisuales impactantes. Esta combinación permite producir contenido innovador y personalizado para proyectos creativos o publicitarios. OpenAI. (2021). *DALL·E: Creating images from text*. OpenAI.com.

Descentralización: Es un proceso en el que el poder, control o toma de decisiones se distribuye fuera de una autoridad central, permitiendo una mayor autonomía y participación en redes o sistemas. En tecnología, se aplica en sistemas como el *blockchain*, donde la información y las transacciones se gestionan de manera distribuida, sin intermediarios. Este enfoque promueve la transparencia, seguridad y resistencia a la censura. Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016).

Blockchain revolution: How the technology behind Bitcoin is changing money, business, and the world. Penguin.

Encriptar / Encriptación: Proceso de convertir información en un código secreto para proteger su confidencialidad. La encriptación utiliza algoritmos que transforman los datos en un código ilegible, que solo puede descifrarse con una clave. Se usa en comunicaciones, almacenamiento de datos y seguridad informática. Stallings, W. (2017). *Cryptography and network security: Principles and practice.* Pearson.

Engagement: Es la calidad de la interacción que va más allá del contacto superficial, implicando una inversión emocional, cognitiva o temporal por parte del individuo o grupo. Kahn, W. A. (1990). *Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work.* Academy of Management Journal.

Estándar ERC-721: Es un protocolo técnico en la *blockchain* de *Ethereum* que permite la creación de *tokens no fungibles (NFT)*, es decir, activos digitales únicos e indivisibles. Este estándar garantiza la autenticidad y propiedad de elementos como arte digital, coleccionables o bienes virtuales. Ethereum Foundation. (2018). *ERC-721: Non-fungible token standard.* Ethereum.org.

ETH es una moneda digital que funciona con una plataforma de código abierta que lleva el mismo nombre, es la más utilizada para comprar arte con certificados de autenticidad NFT (*No fungible token*). 1 ETH, equivale a \$33609.60 pesos mexicanos y 1821,99 US\$ (2023). Es una moneda con alta volatilidad, por eso es importante considerar la fecha en la cual se realizó la consulta del equivalente en pesos mexicanos y dólares.

Ethereum: Es una plataforma *blockchain* descentralizada que permite la creación de contratos inteligentes y aplicaciones descentralizadas (dApps). Su criptomoneda nativa, Ether (ETH), se usa para transacciones y ejecución de contratos en la red. Es clave en el ecosistema de DeFi y NFTs por su flexibilidad y capacidad de automatización. Buterin, V. (2014). *Ethereum: A next-generation smart contract and decentralized application platform.* Ethereum.org.

Freelance: Es un profesional independiente que ofrece sus servicios a múltiples clientes sin estar vinculado a una empresa específica. Trabaja de manera autónoma, gestionando su tiempo, proyectos y tarifas. Este modelo laboral es común en áreas como diseño, escritura, programación y marketing, ofreciendo flexibilidad y diversidad de proyectos. Horowitz, S. (2011). *The freelancer's bible: Everything you need to know to have the career of your dreams*. Workman Publishing.

Gas/Fuel: Tarifa requerida para ejecutar transacciones o contratos en redes como Ethereum. Buterin, V. (2014). *Ethereum: A next-generation smart contract and decentralized application platform*. Ethereum.org.

Gatekeepers: (en español, "guardianes de acceso" o "mediadores de poder") se refiere a individuos, instituciones o mecanismos que controlan el acceso a recursos, oportunidades o espacios de legitimación dentro de un campo específico. En el contexto del arte, la cultura y los mercados digitales, los gatekeepers operan como filtros que deciden qué obras, artistas o discursos son reconocidos, exhibidos o valorizados, y cuáles permanecen marginados.

GIFs: (Graphics Interchange Format) es un formato de imagen digital que soporta animaciones y se compone de una secuencia de cuadros que se reproducen en bucle. Es ampliamente utilizado en internet por su capacidad para transmitir ideas o emociones de manera breve y dinámica. Aunque tiene limitaciones en calidad y color, su popularidad persiste por su compatibilidad y facilidad de uso. Lang, D. (2013). *GIFs: The art of looping animation*. Gestalten.

Happenings: Son eventos artísticos espontáneos y participativos que combinan elementos de teatro, arte y vida cotidiana, rompiendo con las convenciones tradicionales del arte. Surgieron en los años 50 y 60 como una forma de arte efímero que involucraba al público y se enfocaba en la experiencia más que en el objeto artístico. Fueron pioneros en fusionar arte y vida real. Kaprow, A. (1966). *Assemblage, environments & happenings*. Abrams.

Hardware: Se refiere a los componentes físicos y tangibles de un sistema informático, como procesadores, memorias, discos duros y dispositivos periféricos. Es la parte mecánica y electrónica que permite ejecutar las instrucciones del software. Sin hardware, el software no tendría un medio para operar. Patterson, D. A., & Hennessy, J. L. (2017). *Computer organization and design: The hardware/software interface*. Morgan Kaufmann.

Hiperconectividad digital: Es un estado de conectividad constante y omnipresente, habilitado por dispositivos y redes que permiten la comunicación e interacción en tiempo real. Refleja la integración profunda de la tecnología en la vida cotidiana, transformando cómo las personas se relacionan, trabajan y acceden a la información. Es un pilar de la sociedad digital actual. Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Wiley-Blackwell.

Hipervirtualidad: Es un estado en el que la realidad física y la virtual se entrelazan de manera profunda, creando un entorno donde lo digital amplía, modifica o sustituye experiencias del mundo real. Este concepto explora cómo la tecnología redefine la percepción de la realidad, la identidad y las interacciones humanas en un mundo cada vez más digitalizado. Lévy, P. (1998). *Becoming virtual: Reality in the digital age*. Plenum Trade.

Marketing: Es un conjunto de estrategias y técnicas utilizadas para promocionar productos, servicios o ideas, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores y generar valor. Incluye investigación de mercados, publicidad, ventas y gestión de relaciones con clientes. Su enfoque ha evolucionado hacia la personalización y el uso de canales digitales. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.

Marketplaces: Plataformas digitales donde se compran y venden bienes o servicios. Conectan compradores y vendedores para la compra y venta de productos o servicios; funcionan como intermediarios, ofreciendo infraestructura, procesamiento de pagos y herramientas de gestión Chaffey, D. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson UK.

Metadata: Son datos que describen otros datos, proporcionando información sobre el contenido, estructura, origen o contexto de un archivo digital. Se utilizan para organizar, buscar y gestionar información de manera eficiente en sistemas informáticos. Son esenciales en áreas

como la gestión de bases de datos, la fotografía digital y la preservación de archivos. Zeng, M. L., & Qin, J. (2016). *Metadata*. Neal-Schuman Publishers.

Metaversos: son entornos digitales inmersivos y persistentes, creados mediante la convergencia de tecnologías como la realidad virtual (RV), realidad aumentada (RA), blockchain e inteligencia artificial (IA), donde los usuarios interactúan entre sí y con elementos digitales a través de avatares en tiempo real. Estos espacios simulan o trascienden el mundo físico, permitiendo actividades sociales, económicas, creativas y laborales en un marco tridimensional y multisensorial. Los metaversos no son solo un "segundo mundo", sino una extensión digital de la realidad humana, donde lo físico y lo virtual se entrelazan, redefiniendo nociones de identidad, propiedad y comunidad.

Mintear: Proceso de crear y registrar un activo digital en una blockchain. Antonopoulos, A. M. (2017). *Mastering Bitcoin: Programming the open blockchain*. O'Reilly Media.

Monedero digital (Wallet): Es una herramienta, ya sea *software o hardware*, que permite almacenar, gestionar y realizar transacciones con criptomonedas o activos digitales. Proporciona claves públicas y privadas para acceder a fondos en la *blockchain* de manera segura. Es esencial para interactuar con sistemas financieros descentralizados. Antonopoulos, A. M. (2017). *Mastering Bitcoin: Programming the open blockchain*. O'Reilly Media.

Neo-mexicanismo: Es un movimiento artístico y cultural que surgió en México en los años 80, caracterizado por la reinterpretación de símbolos, tradiciones y estereotipos de la identidad mexicana. A través de un enfoque crítico e irónico, explora temas como la historia, la política y la cultura popular, fusionando lo tradicional con lo contemporáneo. Tibol, R. (1994). *Historia general del arte mexicano: Época moderna y contemporánea*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Net Art: Es una forma de arte creada específicamente para internet, utilizando la red como medio y espacio de exhibición. Explora temas como la interactividad, la conectividad y la cultura digital, desafiando las convenciones del arte tradicional. Surgió en los años 90 y se

caracteriza por su naturaleza efímera y colaborativa. Greene, R. (2004). *Internet art*. Thames & Hudson.

NFT (Non-Fungible Token): Son activos digitales únicos y verificables en la blockchain, que representan propiedad o autenticidad de elementos como arte, música o coleccionables. A diferencia de las criptomonedas, no son intercambiables entre sí por tener características exclusivas. Han revolucionado el mercado digital al permitir la compra, venta y certificación de bienes digitales escasos. Dowling, M. (2021). *Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies?* Finance Research Letters, 44, 102097.

Online Art, Internet Art, Web Art e Internet-Based Art: Términos que describen arte creado y distribuido en internet. Greene, R. (2004). *Internet art*. Thames & Hudson.

Performance: Es una forma de arte en vivo donde el artista utiliza su cuerpo, acciones o presencia como medio de expresión, a menudo interactuando con el público. Combina elementos visuales, teatrales y conceptuales, desafiando las normas tradicionales del arte y explorando temas sociales, políticos o personales. Es una práctica efímera que prioriza el proceso sobre el objeto final. Goldberg, R. (2011). *Performance art: From futurism to the present*. Thames & Hudson.

PNG (Portable Network Graphics): Es un formato de archivo de imagen que utiliza compresión sin pérdida de calidad, lo que lo hace ideal para gráficos y fotografías con transparencias. Fue creado como una alternativa libre de patentes al formato GIF, ofreciendo una mayor profundidad de color y claridad. Es ampliamente utilizado en diseño web y edición gráfica. Boutell, T. (1997). *PNG (Portable Network Graphics) specification version 1.0*. W3C.

Software Art: es una forma de arte que utiliza el software como medio principal, creando obras que exploran conceptos como algoritmos, código y procesos digitales. A menudo cuestiona las convenciones tecnológicas y culturales, destacando la creatividad en la programación. Es una fusión entre arte, tecnología y ciencia. Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.

Software: es un conjunto de programas, datos e instrucciones que permiten a los dispositivos electrónicos realizar tareas específicas. Incluye sistemas operativos, aplicaciones y herramientas que facilitan la interacción entre el usuario y el hardware. Es el componente intangible que da funcionalidad a los sistemas informáticos. Pressman, R. S. (2014). *Software engineering: A practitioner's approach*. McGraw-Hill.

Tezos: Es una plataforma *blockchain* descentralizada que permite la creación de contratos inteligentes y aplicaciones descentralizadas. Se distingue por su sistema de gobernanza integrado, que permite a los usuarios votar y actualizar el protocolo sin necesidad de bifurcaciones. Utiliza un mecanismo de consenso llamado *Proof of Stake* (Prueba de Participación) para validar transacciones. Tezos Foundation. (2020). *Tezos: A self-amending crypto-ledger*. Tezos.com.

Tokenización: es el proceso de convertir un activo físico o digital en un token digital que puede ser registrado, transferido o comercializado en una blockchain. Estos tokens representan la propiedad o derechos sobre el activo original, ya sea arte, bienes raíces, acciones o servicios, facilitando su fraccionamiento, intercambio y trazabilidad de forma segura y descentralizada.

Video Game Art: Se refiere al arte visual y conceptual creado para videojuegos, incluyendo diseño de personajes, escenarios, animaciones y narrativas. También abarca obras artísticas que utilizan videojuegos como medio de expresión, explorando temas culturales, sociales o políticos. Es un campo interdisciplinario que combina tecnología, diseño y arte. Arsenault, D. (2009). *Video game genre, evolution and innovation*. *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, 3(2), 149-176.

Videomapping: Es una técnica de proyección que utiliza superficies irregulares, como edificios o esculturas, como pantallas para crear efectos visuales inmersivos y dinámicos. Combina arte, tecnología y diseño para transformar espacios físicos en experiencias audiovisuales impactantes. Es común en eventos artísticos, publicitarios y espectáculos en vivo. Manovich, L. (2006). *The poetics of augmented space*. *Visual Communication*, 5(2), 219-240.

World Wide Web: La WWW es un sistema de documentos interconectados accesibles a través de internet, utilizando enlaces hipertextuales y navegadores webs. Fue creada por Tim Berners-Lee en 1989 para facilitar el intercambio de información. Es la base de la comunicación y el acceso al contenido en línea en la era digital. Berners-Lee, T. (2000). *Weaving the web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web*. Harper Business.



Oficio No. SIEP – DEPD-135/2025
Asunto: **Autorización de impresión**

MARÍA ANDREA LÓPEZ TOACHE
DOCTORADO EN ECONOMÍA POLÍTICA DEL DESARROLLO
PRESENTE

Por este conducto reciba un cordial saludo, asimismo y de la manera más atenta hago de su conocimiento que se autoriza la impresión de su trabajo de TESIS titulado:

**“ARTE DIGITAL EN MÉXICO: DINÁMICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO
A PARTIR DE LOS ARTISTAS”**

Toda vez que ha presentado la liberación del director de Tesis y la comisión revisora se ha pronunciado en el mismo sentido.

"Pensar bien, para vivir mejor"

H. Puebla de Z, 18 de noviembre de 2025

Dr. Juan Isaiás Aguilar Huerta

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado

c.c.p. Archivo
Dr. JIAH/cmt*





BUAP

Asunto: Termino de Asesoría

**DRA. VANIA DEL CARMEN LÓPEZ TOACHE
COORDINADORA DEL DOCTORADO EN ECONOMÍA
POLÍTICA DEL DESARROLLO
P R E S E N T E**

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado en Economía Política del Desarrollo, elaborada por la Mtra.

María Andrea López Toache

Titulada:

**ARTE DIGITAL EN MÉXICO: DINÁMICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO A PARTIR DE LOS
ARTISTAS**

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

ATENTAMENTE
"Pensar Bien, Para Vivir Mejor"
H. Puebla de Z., a 10 de julio de 2025

**Dr. Juan Reyes Álvarez
Director de Tesis**



BUAP

Asunto: Terminó de Asesoría

**DRA. VANIA DEL CARMEN LÓPEZ TOACHE
COORDINADORA DEL DOCTORADO EN ECONOMÍA
POLÍTICA DEL DESARROLLO
P R E S E N T E**

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado en Economía Política del Desarrollo, elaborada por la Mtra.

María Andrea López Toache

Titulada:

**ARTE DIGITAL EN MÉXICO: DINÁMICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO A PARTIR DE LOS
ARTISTAS**

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

ATENTAMENTE

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., a 10 de julio de 2025

**Dr. Germán Sánchez Daza
Revisor**



Asunto: Termino de Asesoría

DRA. VANIA DEL CARMEN LÓPEZ TOACHE
COORDINADORA DEL DOCTORADO EN ECONOMÍA
POLÍTICA DEL DESARROLLO
P R E S E N T E

Me permito comunicarle que he cubierto la revisión de la TESIS del Doctorado en Economía Política del Desarrollo, elaborada por la Mtra.

María Andrea López Toache

Titulada:

ARTE DIGITAL EN MÉXICO: DINÁMICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO A PARTIR DE LOS ARTISTAS

Dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para poder ser sometido al Jurado Revisor.

ATENTAMENTE

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., a 10 de julio de 2025

Dra. Miriam Luzan Cervantes
Revisora



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ECONOMÍA

DOCTORADO EN ECONOMIA POLITICA DEL DESARROLLO

SE APRUEBA LA TESIS:

ARTE DIGITAL EN MÉXICO: DINÁMICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO A
PARTIR DE LOS ARTISTAS

DE LA ESTUDIANTE
MARÍA ANDREA LÓPEZ TOACHE

VOTO REVISOR 1:

DR. ALEJANDRO JIMÉNEZ
ARRAZQUITO

VOTO REVISOR 2:

DR. ERNESTO CORTÉS
GARCÍA

VOTO REVISOR 3:

DR. AXEL ALFREDO MORALES
CABRERA

VOTO REVISOR 4:

DR. GERMÁN SÁNCHEZ DAZA

VOTO REVISOR 5:

DRA. MIRIAM LUZAN
CERVANTES