Las redes sociales y el uso de internet como medio de divulgación de la cultura, y sus alcances para cerrar las brechas de accesibilidad: el caso de Culturamía, Porque lo vale… Hablemos cultura

Miroslava Martínez González

Francisco Castillo Cancino

Resumen

Culturamía es un proyecto de divulgación cultural orientado a reducir las brechas de acceso a la cultura y a la información sobre economía y estadística en este sector. Con la llegada de internet y de los medios digitales, las formas de consumo cultural han experimentado transformaciones significativas. Mientras que, en 2019, alrededor del 65 % de las personas se informaba sobre eventos culturales a través de estos canales, la televisión ha mostrado una disminución sostenida como principal medio de difusión. En este contexto, resulta especialmente relevante reconocer el derecho humano a la cultura y la importancia de garantizar su acceso equitativo.

Desde su creación en 2019, Culturamía ha utilizado diversas herramientas de divulgación digital para promover datos relevantes sobre la cultura y sus contribuciones económicas. Durante la pandemia, el proyecto diversificó sus contenidos mediante plataformas y redes digitales. Asimismo, estableció colaboraciones con instituciones públicas y privadas interesadas en el uso de información estadística dentro del sector cultural.

A pesar de los desafíos, particularmente aquellos relacionados con el financiamiento, Culturamía ha mantenido un firme compromiso con su misión de fomentar un acceso equitativo a la cultura. Actualmente, el proyecto se encuentra en proceso de convertirse en un pódcast y de fortalecer su presencia en redes sociales, con el objetivo de consolidarse como un referente en el ámbito cultural y de promover la relevancia de la cultura dentro de la vida económica y social.

Palabras clave: divulgación; cultura; economía.

Abstract

Culturamía is a cultural dissemination project aimed at reducing gaps in access to culture and information related to economics and statistics within the cultural sector. With the expansion of the internet and digital media, patterns of cultural consumption have undergone significant transformations. While, in 2019, approximately 65% of people obtained information about cultural events through digital channels, television has experienced a steady decline as a primary source of dissemination. In this context, recognizing culture as a human right and guaranteeing equitable access to it becomes especially relevant.

Since its creation in 2019, Culturamía has employed different digital dissemination tools to promote relevant data about culture and its economic contributions. During the pandemic, the project diversified its content through digital platforms and social networks. In addition, it established collaborations with public and private institutions interested in the use of statistical information within the cultural sector.

Despite the challenges, particularly those related to funding, Culturamía has remained firmly committed to its mission of promoting equitable access to culture. Currently, the project is evolving into a podcast while also strengthening its presence on social media, with the aim of consolidating itself as a cultural reference point and promoting the importance of culture within economic and social life.

Keywords: dissemination; culture; economy.

Introducción

Desde sus orígenes, la humanidad ha transmitido su acervo cultural a través de medios orales y escritos, cimientos de nuestra memoria colectiva. Internet ha revolucionado este proceso al permitir no solo la preservación, sino también la democratización del acceso al conocimiento cultural. Igarza (2011) señala que las redes sociales se han posicionado en el epicentro de un nuevo sistema de consumo de contenidos e interacción con el sistema mediático cultural.

Las redes sociales ofrecen contenidos de entretenimiento e información de manera económica y accesible, lo que facilita su adopción masiva. En muchos casos, los dispositivos móviles constituyen la única forma de conexión a internet para grupos vulnerables, que invierten en equipos con capacidades de navegación para formar parte de la sociedad de la información. Este esfuerzo muestra la búsqueda de alternativas frente a exclusiones estructurales y sugiere que estas herramientas pueden reducir brechas económicas y geográficas.

Las tecnologías digitales reconfiguran el acceso a la información y la cultura, destacando su potencial para reducir exclusiones (Castells, 2006). En el caso de México, los datos son contundentes: entre 2019 y 2024, la proporción de personas que se enteran de eventos culturales, como conciertos o presentaciones de música en vivo, por internet y redes sociales creció del 43,6 % al 65,1 %, mientras que el uso de la televisión cayó del 37,6 % al 22,9 % (MODECULT, 2024). Este giro no es meramente tecnológico; constituye un cambio estructural asociado con fenómenos sociales y con nuevas formas de interacción mediadas por la tecnología.

El modelo de difusión cultural a través de redes sociales no solo amplifica agendas locales, sino que activa mecanismos clave para garantizar el derecho a participar en la vida cultural (Artículo 27, Declaración Universal de los Derechos Humanos). Sin embargo, este potencial solo se realiza si se superan brechas digitales y se diseñan estrategias con base en teorías críticas de la comunicación, enfoques de derechos culturales y una comprensión profunda del ecosistema digital actual.

En este artículo, se explora cómo Culturamía ha convertido estos retos en oportunidades desde su metodología para transformar datos complejos en distintos formatos con economía cultural, hasta su posible impacto en políticas públicas.

La labor de Culturamía se puede insertar en debates teóricos fundamentales como en el ámbito de la sociología de la mediación, ya que las plataformas digitales reconfiguran jerarquías culturales, pero no eliminan desigualdades estructurales García Canclini, (2015).

La "gratuidad" de las redes sociales tiene un costo: los datos de los usuarios se convierten en mercancía (Mosco, 2009). ¿Cómo divulgar cultura sin alimentar este modelo? Culturamía prioriza plataformas abiertas para reducir la dependencia de algoritmos comerciales.

A través de esta experiencia demostraremos que la divulgación digital es una herramienta poderosa para garantizar el derecho a la cultura, pero solo si se diseña con inclusión, rigor y creatividad.

Se examina cómo las tecnologías digitales reconfiguran el acceso a la información y la cultura, destacando su potencial para reducir exclusiones y describir un ecosistema mediático cultural cambiante, donde la ubicuidad tecnológica podría favorecer a la inclusión.

Porque la cultura no es un lujo, es un derecho. ¡Porque lo vale... hablemos cultura!

Culturamía ¿Un viaje esperado?

Las plataformas digitales tienen un gran potencial para democratizar el acceso a la cultura, especialmente en regiones alejadas de centros urbanos (como la Ciudad de México) y fuera de las instituciones tradicionales. Al respecto, Jenkins, H. (2006), analiza cómo los medios digitales permiten la circulación de contenidos culturales sin depender de infraestructuras físicas como los museos, teatros o bibliotecas y como es que plataformas como YouTube, Spotify o Google Arts & Culture eliminan la necesidad de asistir a estos centros, lo que beneficia a comunidades rurales o periféricas.

En este sentido, la creación de contenido cultural disponible en redes sociales y plataformas digitales amplifican voces de grupos vulnerables, rompiendo así el monopolio de las élites culturales urbanas de divulgación García, N. (2012) democratizando los medios de difusión y dado un paso histórico en la forma en la que hoy podemos acceder a eventos, productos y servicios culturales.

Ahora bien, el alcance y penetración de los contenidos disponibles en plataformas como TikTok según BBC News alcanzó su punto más álgido

durante la pandemia, con más de 2 000 millones de descargas y una influencia sin precedentes en la cultura juvenil. En ese periodo, la plataforma experimentó un boom de usuarios y se consolidó como competidor directo de Instagram y Facebook.

Lo anterior, trajo consigo el nacimiento de músicos independientes que se volvieron virales, por ejemplo, en otro artículo de la BBC se señala que un componente distintivo de la cultura de TikTok ha sido volver virales a cantantes y artistas desconocidos que han sido sacados de la oscuridad. De la noche a la mañana un video ha podido llegar a ser reproducido más de 50 millones de veces

De acuerdo con *El Economista*, a julio de 2024 en México, el uso de TikTok ha mostrado un crecimiento notable ya que "*Reuters Institute Digital News Report*", el 18 % de los usuarios mexicanos utiliza TikTok para acceder a noticias, con un incremento de 3 puntos porcentuales respecto al año anterior. Lo que demuestra una vez más el hecho de que las plataformas digitales y las redes sociales superan por mucho a la prensa impresa y a la televisión como los medios favoritos para acceder a noticias

Lo anterior, conllevó a un viaje esperado que comenzó en el ya lejano 2019 a la creación de Culturamía, un espacio de contenido económico cultural que resalta la importancia económica que tiene la Cultura en nuestro país, a través de infografías, cápsulas, reels y videos.

Culturamía apuesta por ser un agente de comunicación que informe y proporcione datos que generen una sociedad más crítica e involucrada en la toma de decisiones y generación de políticas públicas y por supuesto, coadyuvar a potenciar y democratizar la cultura no solo en centros urbanos como la Ciudad de México, sino alcanzar públicos vulnerables y en la periferia.

Para este fin, en Culturamía el proceso de creación de contenido incluye investigación de corte cuantitativo y cualitativo, lo que implica una serie de costos monetarios y horas de trabajo, lo que lo convierte en un proyecto de emprendimiento cultural.

Por tanto, y dada su naturaleza de emprendimiento, Culturamía se propone cerrar las brechas que impiden la accesibilidad a las fuentes de información sobre economía y estadística cultural a investigadores y hacedores de política pública y por supuesto, transmitir la importancia y contribución económica que tiene la cultura. Asimismo, acercar al público en general que están dentro y fuera de centros urbanos a eventos, ferias, seminarios, encuentros culturales etc.

El proyecto ha evolucionado de manera constante, retroalimentándose de todos y cada uno de los comentarios, experiencias y descubrimientos de áreas de oportunidad para mejorar día con día en cuanto a su contenido y narrativa. Además, las plataformas digitales permiten el acceso a bienes culturales que antes estaban restringidos por derechos de autor o barreras geográficas Lessing, L. (2008), aunque se debe considerar adicionalmente el cierre de la brecha digital que **aún** es considerable en la periferia (UNESCO, 2021 "internet universality and cultural diversity")

Con el paso del tiempo y con la llegada de la pandemia los vínculos y colaboraciones con otros grupos de divulgación cultural requirió un esfuerzo por llevar cápsulas en formato de pódcast que permitieron a Culturamía llegar al programa de radio digital "A Escena Teatro" que es transmitido por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. También, en plataformas digitales con el colectivo Libreta Negra Mx en YouTube y Spotify con nuestro propio segmento llamado espirales de Culturamía.

Asimismo, Culturamía ha tenido la oportunidad de incursionar en la realización de actividades de consultoría, explotando y analizando datos económicos con la finalidad de conocer el impacto de las actividades de promoción y apoyo a actividades culturales para el Foro Valparaíso de Citibanamex, Voz Andante y Fundar. En época de pandemia realizó talleres cuyo objetivo era enseñar a explotar fuentes de información para gestores culturales.

Por último, Culturamía junto con otros colectivos realizó recorridos en las alcaldías de Coyoacán y Cuauhtémoc en donde el objetivo era divulgar la cultura desde distintas dimensiones, la historia, la arqueología, la literatura y por supuesto la economía y la estadística.

En el siguiente apartado, se explica el proceso de financiamiento de Culturamía y cómo estos proyectos sobreviven aun cuando no existen los apoyos necesarios o son simplemente muy lentos en ser gestionados, lejos de desalentar, se espera que esta experiencia sirva para aquellos que deseen emprender un proyecto de divulgación, desde aquí les decimos ¡No se rindan! Pero, sobre todo, insistan y den su mejor esfuerzo, el trabajo duro sí recompensa llegando con las personas adecuadas en el momento adecuado.

Bueno, ¿y de qué comen?

Culturamía es consciente de que la capacitación y la vinculación con personas con intereses afines es fundamental para poder contar historias

que enriquezcan, construyan y contribuyan a mejorar a nuestra sociedad y democratizar sus derechos culturales.

En este sentido, si bien Culturamía nace a partir de recursos propios, aprovechando en primera instancia las herramientas libres existentes se conocían los retos y desventajas que representa no contar con un retorno monetario de manera rápida, incluso se estableció el hecho de que posiblemente en años no se retribuyera en términos económicos.

Adicionalmente, Culturamía, no solo se dedica a divulgar, sino que también forma parte de manera paralela al quehacer estadístico nacional e incluso ha contribuido a construir vínculos y oportunidades para el crecimiento no solo económico del proyecto, sino en términos de capital humano y social.

Los trabajos de consultoría realizados y permitieron dar un gran salto en la historia de Culturamía, ya que estos representaron la oportunidad de poner en el mapa a este emprendimiento que no solo ahora se dedicaría a divulgar sino a colaborar con instituciones y especialistas, demostrando su potencial como una fuente de información valiosa no solo para ellos, sino para el público en general.

Culturamía entonces comenzaría a labrar su reputación en otros escenarios contribuyendo con el expertise en el manejo de la información con clientes y colaboradores que han hecho uso de los datos generados en sus publicaciones y proyectos propios de divulgación.

Y justamente hablando de escenarios, el tercer momento se daría justamente con la colaboración con el programa "A Escena Radio" el cual es transmitido desde hace poco más de 22 años por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. En este programa, Culturamía colabora de manera constante y forma parte de la nómina de este, siendo un honor poder participar en estas actividades culturales a través de este medio.

Incluso, Culturamía también ha sido invitado por parte de la secretaría de cultura del estado de Aguascalientes para dar ponencias sobre el uso de la información estadística en los emprendimientos culturales, así como por su relevancia en las actividades del sector.

Por lo anterior, Culturamía seguirá cultivando y cosechando más colaboraciones y poder dar ese gran salto a los canales de divulgación masivos incluso en plataformas con un proyecto propio de pódcast en donde pueda contar con recursos de posibles patrocinadores, sin embargo, es importante mencionar que todo esto ha sido posible gracias al esfuerzo dedicado día con día, a las redes de apoyo pero sobre todo a una visión de largo plazo, y

la planeación de prospectiva tecnológica que hoy está recogiendo sus primeros frutos.

Una piedra en el camino me enseñó que mi camino era divulgar

Culturamía nació como un proyecto apasionado, pero sin las herramientas legales necesarias para proteger su trabajo. Durante un tiempo, operamos sin registro de marca ni derechos de propiedad intelectual, lo que puso en riesgo nuestro contenido y esfuerzo. Hoy, con nuestra marca y logo registrados, hemos dado un paso fundamental, pero este proceso nos enseñó algo crucial, "la cultura no puede ser sostenible si no está protegida".

Ahora, trabajamos para ir más allá, no solo queremos salvaguardar nuestra identidad, sino también generar un modelo que permita a otros proyectos culturales evitar estos riesgos. Por eso, exploramos opciones como licencias abiertas (*Creative Commons*) para compartir conocimiento sin perder autoría, y planeamos ampliar nuestros registros para incluir derechos de comercialización. La cultura vale, y su protección legal es el primer paso para que sea reconocida como un sector económico y profesional.

Sabemos que la divulgación cultural no puede depender solo del voluntariado o la buena voluntad. ¿Cómo exigir remuneraciones justas para el sector si nosotros mismos no logramos sostenibilidad financiera? Este es un desafío que enfrentamos con honestidad, Culturamía no puede vivir solo de la difusión, aunque esta sea nuestra razón de ser.

Por eso, estamos explorando nuevas vías como alianzas estratégicas con instituciones que valoren el rigor de nuestros datos, generando productos con valor agregado, como informes especializados o talleres de formación en economía cultural accediendo y concursando por fondos, para que nuestra comunidad pueda apoyarnos de manera directa.

No queremos ser "mercaderes de la cultura", pero tampoco podemos ignorar que, sin recursos, el proyecto no podrá crecer. Buscamos un equilibrio: monetizar sin perder nuestra esencia.

El desafío digital: competir por la atención sin perder rigor

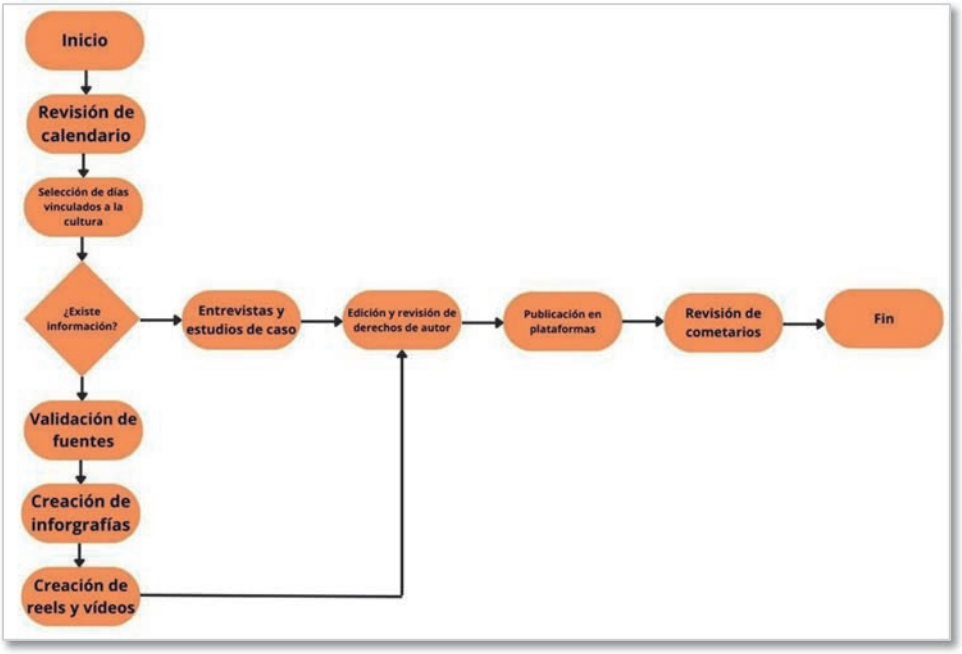
En un mundo donde el contenido cultural compite con algoritmos y tendencias efímeras, mantener la relevancia es un reto diario. ¿Cómo hacer que los datos rigurosos sean atractivos en medio del ruido digital? Nuestra respuesta ha sido clara: no sacrificaremos el rigor, pero sí innovaremos en formatos.

Por ejemplo, a través de visualizaciones interactivas que hagan más accesibles los datos complejos, con contenido vinculado a fechas clave (como el Día del Arqueólogo), pero con enfoques frescos y con redes sociales con propósito, priorizando calidad sobre cantidad.

Sabemos que no somos el único proyecto cultural en internet, pero nuestra ventaja es la credibilidad ya que cada dato que publicamos pasa por un proceso estricto de verificación y eso no cambiará.

A propósito, en el siguiente diagrama se presenta el proceso de creación para conmemorar algún día vinculado al sector cultural.

Figura 1. Proceso general para la creación de contenido de Culturatría



Nota. Elaboración propia.

Como se puede apreciar, los contenidos creados llevan un proceso de revisión riguroso, en el cual se verifican exhaustivamente las fuentes de datos y solo se seleccionan fuentes oficiales que cuenten con rigor metodológico en la construcción de datos, lo que permite darles credibilidad a los datos expuestos en los diferentes productos de divulgación.

Seguir creciendo, seguir aprendiendo

Culturamía no tiene todas las respuestas, pero sí una convicción: la cultura debe ser valorada en todas sus dimensiones, incluyendo la económica. Seguiremos buscando caminos para fortalecer nuestra independencia con modelos de financiamiento éticos, amplificando las voces del sector que suelen ser ignoradas innovando sin perder nuestra esencia.

Este proyecto nació por amor a la cultura, pero hoy se mantiene por la certeza de que un sector cultural fuerte requiere datos confiables, trabajadores bien remunerados y proyectos sostenibles. Seguiremos hablando de cultura, pero también de números, derechos y futuro.

Porque la cultura no es solo pasión, es también profesionalismo, protección y persistencia.

El camino es así

La divulgación cultural en entornos digitales conlleva una responsabilidad ética ineludible, los datos no son neutrales, y su interpretación puede reforzar estereotipos o desigualdades si no se manejan con cuidado. En Culturamía, somos conscientes de este desafío y hemos implementado protocolos para garantizar que nuestra labor sea objetiva, transparente y respetuosa con las comunidades representadas.

A continuación, mencionamos los principales puntos con los que Culturamía asegura una responsabilidad ética de la información generada y divulgada.

Objetividad y rigor metodológico

Los datos deben hablar por sí mismos, pero su selección y presentación requieren conciencia crítica, en este sentido, solo utilizamos información de instituciones con trayectoria reconocida como el INEGI, Secretarías de Cultura, UNESCO Data México, etc. y metodologías públicas. Por ejemplo, nuestros informes sobre remuneraciones laborales cruzan al menos tres bases de datos oficiales.

Evitamos cifras aisladas; por ejemplo, si reportamos que el 65 % de los trabajadores culturales ganan menos de $10,000 MXN mensuales, explicamos factores como informalidad, género o ubicación geográfica. Asimismo, revisamos estudios antiguos para corregir o matizar conclusiones ya que un dato de 2018 no representa la realidad postpandemia.

Asimismo, los casos prácticos implican analizar el impacto económico, por ejemplo, de las artesanías en cierta localidad y al respecto no incluimos solo cifras de ventas, sino entrevistas con creadores para evitar reducir su trabajo a "mercancía exótica".

Manejo de sesgos: desde la recopilación hasta la comunicación

Los sesgos pueden surgir en la selección de temas y en Culturamía usamos términos como "arte popular" o "arte tradicional" sin cuestionar sus cargas coloniales analizando el uso de imágenes no solo porque existen sino por la carga histórica y cultural que de ella emanan.

Para lograr esto, colaboramos con antropólogos, economistas y artistas para cruzar miradas disciplinares antes de publicar, nos preguntamos ¿Esta información podría dañar o invisibilizar a algún grupo? ¿Qué implicaciones podría traer esta información?

Con la finalidad de hacer transparentes nuestro contenido si un estudio tiene limitaciones, lo declaramos abiertamente y no forzamos un dato que no alcance para describir de manera rigurosa el fenómeno a analizar.

Ética digital: algoritmos, accesibilidad y apropiación

Los riesgos en entornos digitales van más allá de los datos ya que nuestros contenidos siempre cuentan citas, fuentes originales y vinculamos a creadores. Nunca monetizamos contenidos ancestrales sin consentimiento de las comunidades y reconocemos que el rigor es un proceso, no un punto final.

Publicamos correcciones públicas si un dato era erróneo e incentivamos a la audiencia a cuestionarnos.

La cultura no es solo lo que contamos, sino cómo elegimos contarlo. Este principio guía cada pieza que publicamos, porque sabemos que detrás de cada estadística hay personas, historias y derechos que merecen dignidad.

Así que… ¿Qué sigue? Implementar un código de ética público en nuestro ya casi listo sitio web. Así como talleres internos anuales sobre sesgos inconscientes y alianza con organizaciones indígenas para co-crear contenidos.

Por último, la gran apuesta de Culturamía es el de ser una fuente no solo de emprendimiento con una finalidad de autoempleo, sino que permita generar empleos y ser una marca de reconocimiento sin ser pretenciosos, sino por demostrar que es un distintivo de calidad en la investigación y en el modo en el que se transmite y vive la cultura,

Queremos que cada museo, cine, teatro, galería etc., tenga en mente a Culturamía como su proveedor de información económica y estadística cultural de confianza y al público en general ser una referencia para asistir y encontrar las mejores opciones para encontrar datos y asistir a los eventos culturales de su preferencia y así lograr que en México y en el mundo podamos decir

A continuación, se exponen las problemáticas de la cultura en el entorno digital a través del uso de datos y el caso práctico para medir su valor.

Las problemáticas de la cultura en el entorno digital

Con el paso del tiempo los cambios tecnológicos y de difusión de la información han influido en la necesidad de expresar el arte a través de distintos medios. la necesidad por conceptualizar y estructurar ideas, mensajes e impresiones ha dado paso a lo que hoy conocemos como servicios culturales, que, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (por sus siglas en inglés UNESCO) son aquellas actividades que generan, conservan, difunden y comercializan bienes y productos culturales. Pero, para que estas actividades puedan llevarse a cabo se requiere de la creación artística, la producción de bienes culturales, la gestión de espacios culturales y de la promoción del turismo cultural.

La creación artística incluye todas las formas de expresión artística, como la música, la danza, la literatura, las artes visuales, el cine y el teatro. La producción de bienes culturales incluye la producción de bienes tangibles como libros, películas, grabaciones musicales, obras de arte y artesanías.

En cuanto a la gestión de espacios culturales se refiere a la administración y operación de museos, galerías de arte, teatros, centros culturales y otros espacios dedicados a la promoción de la cultura. Por último y no menos importante, la promoción del turismo cultural consiste en la promoción de destinos turísticos que destacan por su patrimonio cultural y sus manifestaciones artísticas.

El conjunto de los conceptos anteriores resulta en lo que se conoce como *El Sector Cultural* y desde la academia se han realizado esfuerzos para poder delimitar y medir económicamente las actividades dentro de esta área de estudio. (Quintero, 2010).

Como señala la UNESCO (2020) en la era digital, las plataformas digitales han reconfigurado las dimensiones de Accesibilidad al eliminar barreras geográficas, pero creando brechas tecnológicas, en Participación al

transformar al público de consumidor a co-creador y, en la Preservación permitiendo nuevas formas de salvaguardia del patrimonio

"Debemos reconocer que el sector cultural en México siempre ha sido parte integral de nuestra sociedad, para el año 2022 este sector representó el 2,9 % del PIB, lo que se traduce en 815 902 millones de pesos, las áreas con mayor contribución al PIB son: las artesanías, que generaron 19,3 %; los contenidos digitales e internet —como el acceso y la transmisión de contenidos digitales— contribuyeron con 18,6%; los medios audiovisuales —como televisión o cine— aportaron 18,0 % y la participación del diseño y servicios creativos fue de 12,8 % (INEGI, 2023).

Si bien las cifras del INEGI (2023) revelan que el sector cultural contribuyó con 2,9 % del PIB nacional destacando áreas ciertas áreas, es importante no reducir la cultura a solo su dimensión económica, ya que sería ignorar su papel como eje de cohesión social, herramienta educativa y pilar de identidad. Este análisis profundiza en esas otras dimensiones, demostrando que la cultura es, ante todo, un activo intangible que define quiénes somos y cómo vivimos.

Es importante mencionar que si bien los distintos estados del país están enfocados en distintos rubros como el diseño y servicios creativos, artesanías, prensa e impresiones, medios audiovisuales, patrimonio cultural y natural, en la Ciudad de México destaca la creación de contenidos digitales e internet, debemos mencionar que se utilizará la CDMX para entender la problemática debido a la concentración de este tipo de servicios culturales, aunque Culturamía fomenta la descentralización de la digitalización y busca llegar a públicos tanto locales como nacionales. (Anexo 1).

La Ciudad de México ha buscado a través de la Agencia Digital de Innovación Pública implementar el modelo de Unificación Institucional el cual consiste en unificar capacidades institucionales, tecnológicas, servicios y productos a través de la digitalización de la urbe. (ADIP, 2023) a través de la Ley de Operación e Innovación Digital y Ley de Ciudadanía se busca la adquisición de Infraestructura Tecnológica y mejorar la conectividad en la ciudad, con el fin de que la ciudadanía se encuentre interconectada.

Resulta relevante mencionar esto ya que en la CDMX surge la necesidad de integrar el sector cultural al nuevo panorama digital, gracias a este modelo se ha consolidado la Cartelera Cultural en la CDMX (ADIP, 2023), donde se han registrado para noviembre del 2023 más de 9 165 eventos, con aproximadamente 53 418 visitantes a la semana resultando en 1 792 327 visitas totales a esta aplicación, lo que resulta importante en cómo los nuevos

medios digitales resultan importantes al momento de conocer cómo llega la oferta cultural a la ciudadanía.

"Cuando mencionamos que la CDMX concentra gran parte de la actividad cultural digital, es crucial señalar que Culturamía ha implementado: Estrategias de conectividad baja: Versiones descargables de infografías para zonas rurales; Alianzas con radios comunitarias: Cápsulas mensuales; Mapas de acceso: Geolocalización de espacios culturales fuera de áreas metropolitanas"

Según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares menciona que el uso de internet de redes sociales ha incrementado en los últimos años, podemos decir que el grupo de edades de 18 a 24 años en 2023 representó el mayor porcentaje de personas usuarias de internet con un 96,7 % (ENDUTIH, 2023).

Así mismo es importante mencionar que dentro de la misma encuesta se menciona que la mayoría de los usuarios de internet lo utiliza con fines de comunicación (93,3 %), para el acceso a redes sociales (91,5 %) y para el entretenimiento (88,1 %) (ENDUTIH, 2023).

En cuanto a uso de dispositivos para el año 2023 el 95,5 % de las personas usuarias de teléfonos celulares los utilizaban principalmente para mensajería instantánea (91,2 %) y redes sociales (78,3 %) mientras que el uso tecnologías como la televisión abierta se ha reducido, de 2020 a 2023 ha existido un decremento en personas usuarias de TV abierta, pasando de 70,9 millones de usuarios a 67,9 millones, para la radio se ha mostrado menor decremento pasando de 40,6 millones de usuarios en 2020 a 40,2 millones en 2023.

Es importante contrastar esta información con el Módulo sobre Eventos Culturales Seleccionados (MODECULT), este estudio impulsado por el INEGI objetivo generar información estadística sobre la condición de asistencia de la población de 18 años en México, a fin de contribuir con la formulación de políticas públicas encaminadas a la promoción de eventos culturales (MODECULT, 2024).

Es necesario mencionar que se describen los cambios de los años 2016 a 2024, donde la población mayor de 18 años pasó de 36 376 656 millones de personas a 45 919 630 millones en 2024, una diferencia de 9 542 983 que nos ayudará a entender que si bien algunos porcentajes cambian son en relación también al aumento de la población.

Se utilizaron dos cuentas de MODECULT, la cuenta Distribución porcentual de la población de 18 y más años, por tipo de evento cultural según condición de conocimiento sobre realización de eventos culturales y

porcentaje según el medio de difusión por el cual se entera y Distribución porcentual de la población de 18 y más años por tipo de evento cultural seleccionado, según nivel de interés en estos eventos, ambas cuentas se enfocan en 5 grupos, Obras de Teatro (OT), Concierto o presentación de música en vivo (CPM), Espectáculos de Danza (ED), Exposiciones (EXP) y Proyecciones de Películas (PP).

Para la primera cuenta utilizamos los medios de Revistas y periódicos, la televisión, la radio, internet y redes sociales para explicar la importancia de la necesidad de nuevos canales de divulgación. Mientras que en la segunda se mencionan los niveles de interés hacia los grupos con las métricas de mucho, regular, poco y nada de interés por los grupos mencionados anteriormente y se mencionan los cambios del 2016 al 2024. Para las gráficas se recomienda ver el Anexo 1.

Para las OT los cambios más notables han sido la participación de redes sociales con un aumento de 29,8 % a 62,9 %, mientras que la TV se redujo de un 39,4 % a un 25,9 %, mientras que la radio se redujo de un 24 % a un 11 %, el cambio más preocupante es el de revistas o periódicos con una reducción de 20,5 % a un 2,8 % en 2024

Para las CPM se vuelve a mostrar el incremento de redes sociales de 28,5 % a 65,1 %, la TV se redujo de un 38,9 % a un 22,9 %, mientras que la radio se redujo de un 38,9 % a un 19 %, de nuevo la reducción de revistas o periódicos es mayor pasando de 15,7 % a un 2,1 %.

Podemos encontrar los mismos patrones en el PP, el aumento de las redes sociales se muestra notable en los 5 grupos, aumentando en los últimos años en ciertos casos más 30 puntos porcentuales, por ejemplo, para PP el aumento fue de 39,1 % a 70 % así como reducciones drásticas de medios físicos yendo de 29,2 % a 2,8 %. Encontramos prácticamente los mismos resultados en ED y EX (Revisar Anexo 1)

Para el Interés de las personas en estos eventos culturales muestran un panorama con esperanzas para el futuro del sector Cultural, en los 5 casos se muestra una reducción de personas sin interés a poco interés y a regular en el último año, por ejemplo, para OT el desinterés pasó de 33,6 % en 2023 a 28,5 % en 2024, las personas poco interesadas aumentaron de 32,9 a 35,8 % y el interés regular de 26,2 % a 28 %.

Sin embargo, en un panorama general y con el aumento de la población podemos mencionar que en términos generales el poco interés y la falta de interés predominan en los 5 grupos manteniendo usualmente de un 40 % a un 50 % del total de la población, así como las personas con mucho interés siempre se mantienen por debajo del 25 %, siendo CPM y PP con los

mayores niveles de personas interesadas en 2024, siendo 17,6 % y 21,3 % respectivamente. Es importante mencionar que si bien han aumentado estos porcentajes para las 4 métricas esto se debe a la proporción gracias al aumento de la población. (Revisar Anexo 1)

Es así como entonces la cultura requiere de medios de divulgación que la muestran desde una perspectiva de análisis, investigación y desarrollo, así como que visibilicen los retos que enfrenta en cuanto a la oferta y accesibilidad. Incluir en la narrativa los problemas estructurales que enfrenta el sector es importante para crear una sociedad crítica e informada.

Conclusiones

El desarrollo de Culturamía ha demostrado que la democratización de la información cultural es fundamental en un mundo cada vez más digitalizado. Sin embargo, el futuro plantea desafíos y oportunidades que requieren una visión prospectiva y adaptativa. En los próximos años, la intersección entre cultura y tecnología seguirá transformando la manera en que las sociedades acceden, producen y se relacionan con los bienes culturales. Proyectos como Culturamía no solo deben responder a estos cambios, sino anticiparlos, posicionándose como actores clave en la construcción de un ecosistema cultural más inclusivo, crítico y sostenible.

Uno de los retos más urgentes es la creciente brecha digital, que sigue excluyendo a comunidades enteras del acceso a contenidos culturales de calidad. Aunque las plataformas digitales han ampliado el alcance de la divulgación, su diseño no siempre favorece la diversidad cultural. Culturamía tiene la oportunidad de liderar un modelo alternativo, donde la tecnología no sea solo un medio de difusión, sino una herramienta para reducir desigualdades. Esto implica desarrollar estrategias multiplataforma que combinen formatos digitales con canales tradicionales, asegurando que poblaciones rurales, indígenas y marginadas no queden fuera de la conversación cultural.

Otro desafío central es la creciente influencia de los algoritmos y la inteligencia artificial en la circulación de contenidos. Si bien estas tecnologías pueden optimizar la distribución de información, también corren el riesgo de homogenizar las narrativas culturales, privilegiando lo viral sobre lo valioso. Culturamía puede marcar la diferencia al priorizar contenidos con rigor metodológico y perspectiva local, demostrando que es posible conciliar la inmediatez digital con la profundidad analítica. Además, su experiencia en la transformación de datos complejos en formatos accesibles la posiciona

como un referente para combatir la desinformación y los sesgos en el ámbito cultural.

En el ámbito económico, el sector cultural enfrenta una paradoja: aunque su contribución al PIB es significativa, muchos de sus trabajadores siguen en condiciones de precariedad. Culturamía puede ampliar su impacto al trascender la divulgación y convertirse en un agente de incidencia política, utilizando sus investigaciones para abogar por políticas públicas que garanticen remuneraciones justas y protección social para los creadores. Esto implica establecer alianzas con instituciones académicas, organizaciones civiles y entidades gubernamentales, llevando el discurso cultural a espacios donde se toman decisiones fundamentales.

El futuro también exige repensar los modelos de sostenibilidad. Depender exclusivamente de fondos públicos o donaciones limita el crecimiento y la autonomía de proyectos culturales. Culturamía podría explorar alternativas innovadoras, como la creación de contenidos *premium*, la venta de servicios de consultoría especializada o el desarrollo de colaboraciones con el sector privado que respeten su independencia editorial. La clave está en diversificar fuentes de ingreso sin sacrificar la calidad ni el compromiso con la democratización cultural.

Finalmente, en un contexto globalizado, la cultura mexicana tiene el potencial de fortalecer su presencia internacional, pero esto requiere estrategias que eviten el folklorismo y la apropiación indebida. Culturamía puede jugar un papel crucial al documentar y difundir las expresiones culturales con respeto a sus contextos originarios, facilitando diálogos interculturales basados en la equidad y el reconocimiento.

En conclusión, Culturamía está llamada a ser más que una plataforma de divulgación y puede convertirse en un faro que guíe la transición hacia una cultura digital verdaderamente inclusiva. Su éxito dependerá de su capacidad para adaptarse a las nuevas realidades tecnológicas sin perder de vista su misión original: garantizar que la cultura, en todas sus dimensiones, sea un derecho accesible para todos. El camino no está exento de obstáculos, pero con innovación, colaboración y una visión clara, el proyecto puede seguir transformando datos en conocimiento, conocimiento en acción, y acción en un futuro donde la cultura sea el corazón del desarrollo social.

Referencias

ADIP. (2023). *5 años de transformación digital en la Ciudad de México*. Agencia Digital de Innovación Pública. https://adip.cdmx.gob.mx/transformaciondigital

Aguado, L. (2010). Cultural statistics: Seen from an economics of culture view. *Cuadernos de Administración*, 23, 107-141.

Castells, M. (2006). *La sociedad red: Una visión global*. Alianza Editorial.

CNDH. (2019). *Destaca CNDH importancia de los derechos culturales para consolidar el respeto, protección y garantía de la dignidad de las personas, toda vez que son un vehículo efectivo para la promoción de la tolerancia, el diálogo y la pluriculturalidad*. Comisión Nacional de los Derechos Humanos. https://www.cndh.org.mx/documento/destaca-cndh-importancia-de-los-derechos-culturales-para-consolidar-el-respeto-proteccion

García Canclini, N. (2015). *El mundo entero como lugar extraño*. Gedisa.

INEGI. (2023). *Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2022*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/CSCM/CSCM2022.pdf

Igarza, R. (2011). Nuevas formas de consumo cultural: por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. *Comunicação Mídia e Consumo*, 7(20), 59-90. https://doi.org/10.18568/cmc.v7i20.205

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press. https://doi.org/10.18574/nyu/9780814742952.001.0001

Lessig, L. (2008). Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy. Penguin Press.

MODECULT. (2024a). *Módulo sobre eventos culturales seleccionados: Resultados 2024*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/modecult/doc/resultados_modecult_may2024.pdf

MODECULT. (2024b). *Módulo sobre eventos culturales seleccionados (MODECULT) 2024*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/modecult/MODECULT_24.pdf

MODECULT. (2024c). *Módulo sobre eventos culturales seleccionados (MODECULT) 2024*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/programas/modecult/

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2.ª ed.). SAGE Publications.

Ortiz Espinoza, Á., Gutiérrez Díaz, M., & Hernández Alba, L. A. (2016). Identidad, cohesión y patrimonio: evolución de las políticas culturales en México. *Revista Humanidades*, 6(1), 1-39. https://doi.org/10.15517/h.v6i1.24959

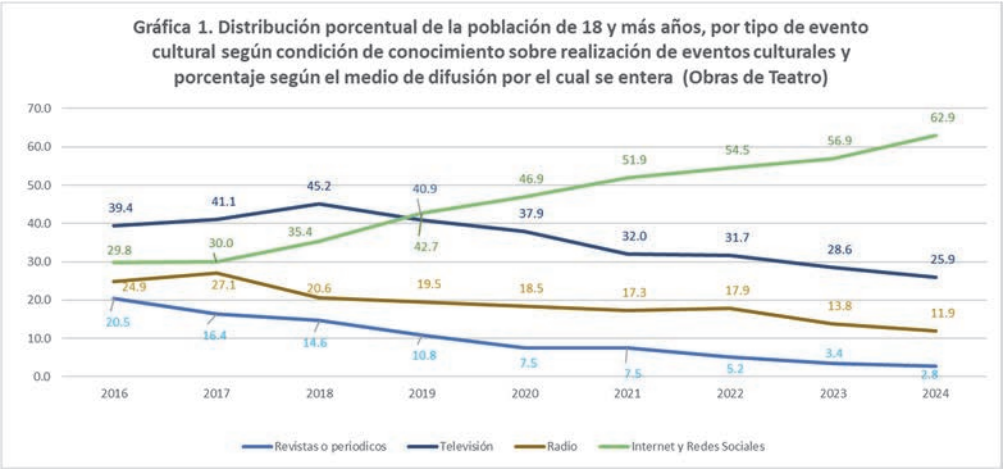
Anexo 1.

Figura A1. Área general predominante del sector de la cultura por entidad federativa (2022)



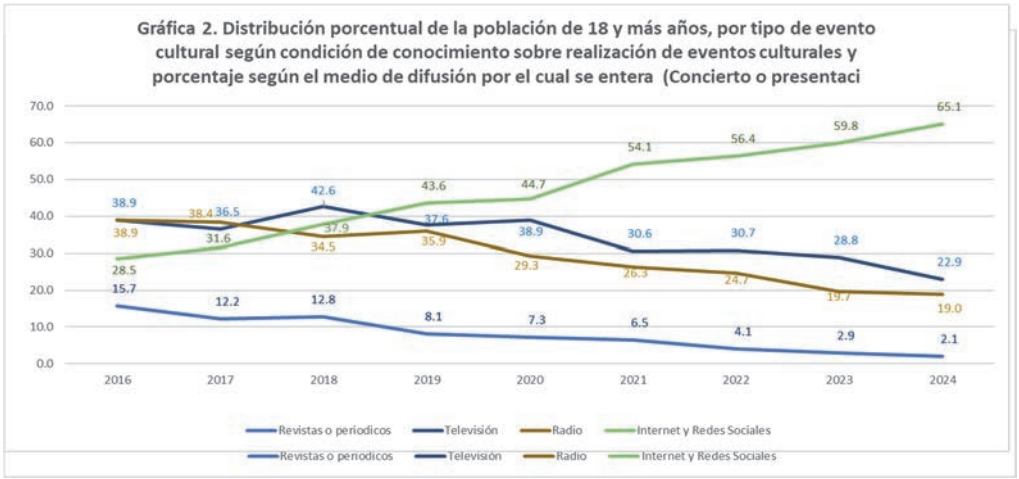
Nota. INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales. Cultura.

Figura A2



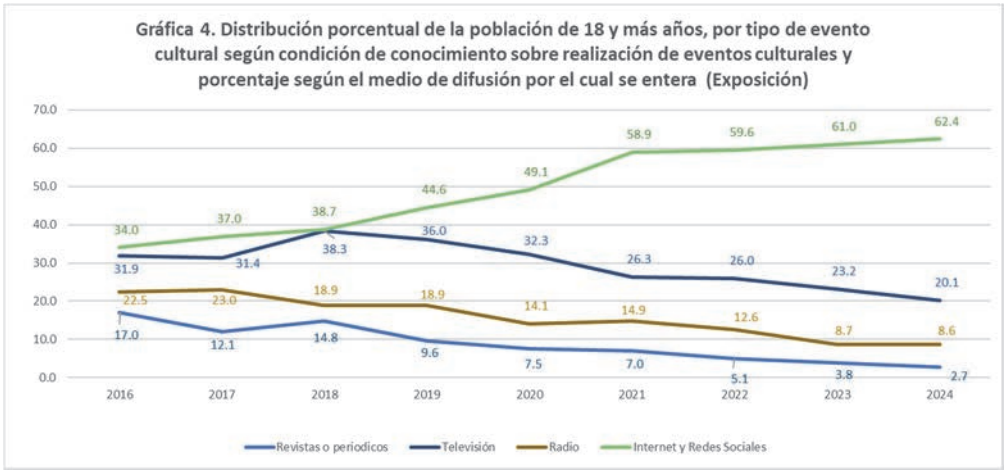
Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024).

Figura A3



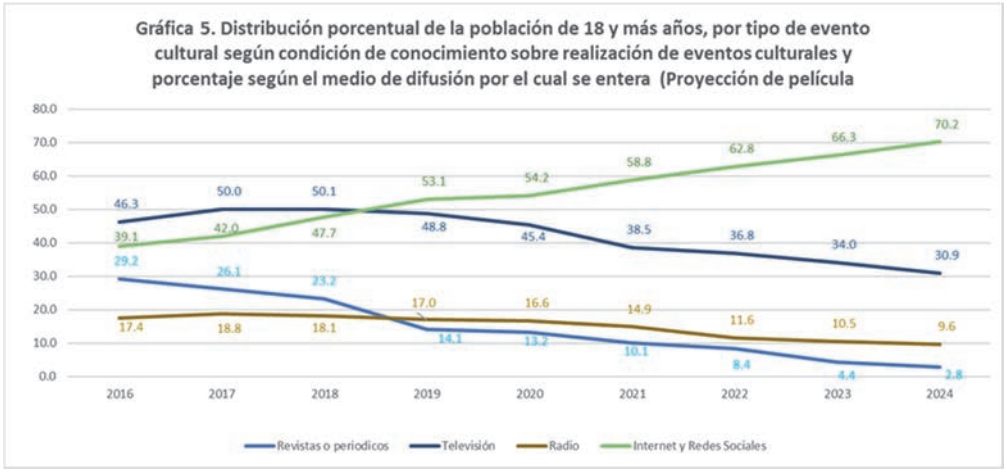
Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024)

Figura A4



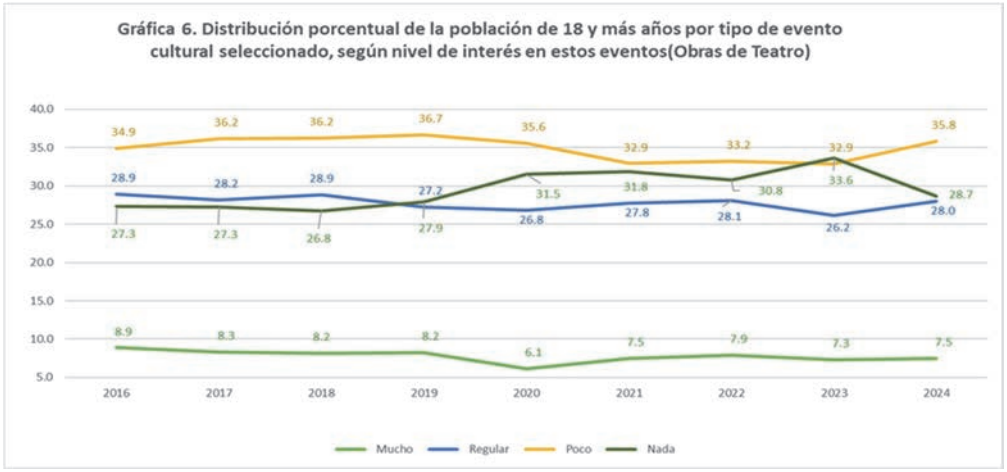
Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024)

Figura A5



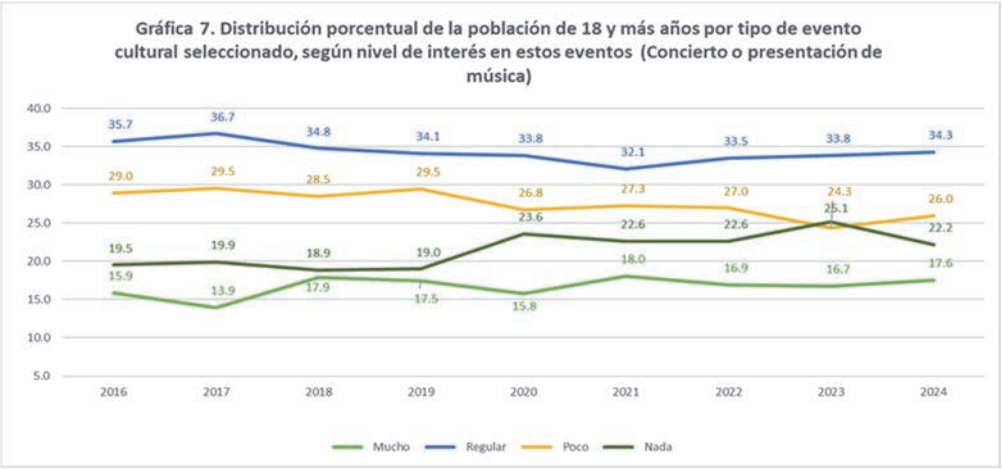
Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024)

Figura A6



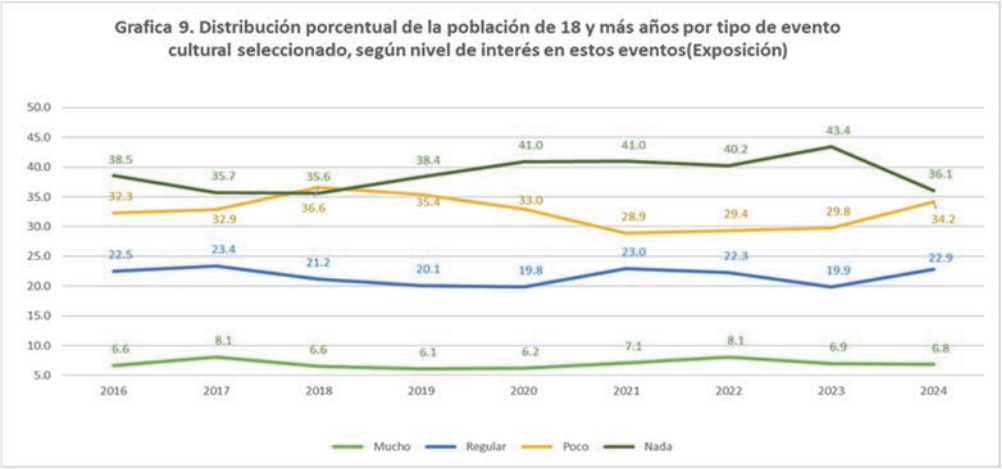
Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT (2024).

Figura A7



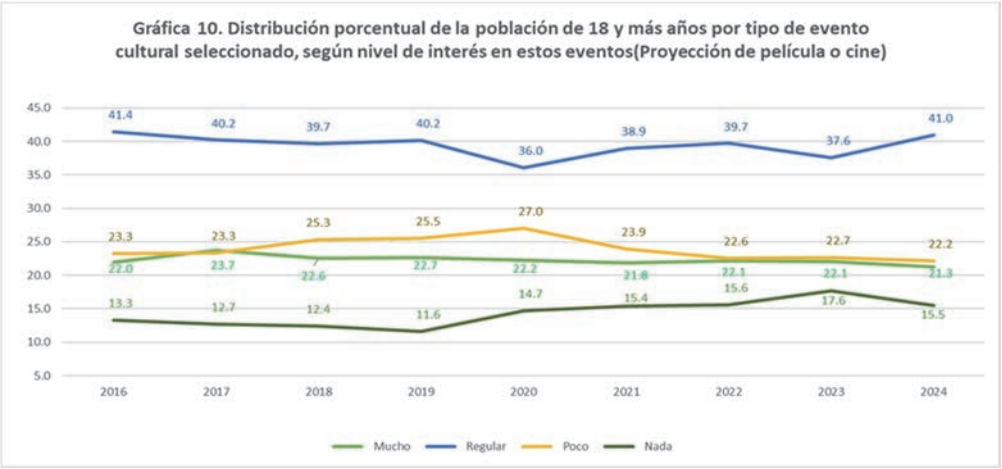
Nota: Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024).

Figura A8



Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024).

Figura A9



Nota. Elaboración propia con datos de MODECULT, (2024).