

Las instituciones de cultura en México y su actividad en las redes sociales

Josué Barrera*

Resumen: El presente trabajo pretende ser el primer acercamiento sobre el uso que las principales instituciones de cultura de gobierno en México dan a las redes sociales en boga hoy en día: facebook y twitter. Las preguntas iniciales que me planteo son: ¿cuántas instituciones culturales de gobierno en México utilizan las redes sociales para difundir sus actividades?, ¿tienen cuenta en facebook y twitter?, ¿cómo las utilizan?, ¿con qué frecuencia?, ¿a qué cuenta le dan más prioridad?, ¿existe una comunicación entre las instituciones culturales?, ¿se limitan a difundir sus actividades o también entran en diálogo con los demás usuarios?

Palabras clave: Redes sociales, institutos culturales, difusión, políticas culturales, comunicación.

Las instituciones culturales¹ en México tienen una larga tradición que se remonta a principios del siglo XX cuando enfrente del país estaba Don Porfirio Díaz. Pocos años antes del término de su administración, en 1905, el entonces presidente asignó a Justo Sierra para dirigir el Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes. Esta dependencia de gobierno fue el origen de lo que después sería la Secretaría de Educación Pública, creada en la gestión de Álvaro Obregón y dirigida en su primera etapa por José Vasconcelos en 1921.

Así como todas las secretarías o ministerios, la SEP no fue ajena a una administración burocrática y paternalista desde sus inicios, donde las políticas culturales se guiaban por las ideologías en boga (Vasconcelos es influido por las políticas soviéticas de su contemporáneo Anatoli Lunacharski) y las

decisiones se tomaban desde arriba, de manera vertical, con la intención de homogeneizar la identidad del mexicano. Desde sus orígenes las instituciones de cultura en México no han sido más que extensiones del gobierno en turno originadas por un proyecto político modernizador ligadas a la educación, y preocupadas por legitimar a dichos gobiernos manteniendo una relación estable con los grupos artísticos e intelectuales del país.

Durante todo el siglo XX las instituciones culturales que se fueron creando poco a poco en México actuaron bajo la misma dinámica: difundir las bellas artes y apoyar a grupos de artistas ubicados sobre todo en el centro del país. Hasta ese momento las instituciones oficiales, así como algunas universidades, eran los únicos lugares que difundían ofertas culturales. La mayoría de las salas de exposición, los museos, los sitios arqueológicos eran manejados desde el centro y sus objetivos eran mostrar actividades culturales o preservar sitios de importancia histórica. Desde Vasconcelos hasta la década de 1980, las instituciones de cultura del país tuvieron mínimas transformaciones en su estructura.

La creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) en 1988, significó el primer cambio significativo desde las políticas vasconcelistas, ya que el consejo empezó a administrarse por consensos, se preocupó por la profesionalización de la gestión cultural por parte de personas que no eran los propios artistas y apoyó la idea de descentralizar la cultura, la cual se venía reflejando con la apertura de casas de la cultura en diferentes estados, basados en el modelo francés propuesto por André Malraux. Esa diversidad de instituciones regionales va de la mano de los procesos democráticos que se venían gestando en la política del país, en conjunto con el interés de descentralizar las acciones para conocer lo que se hacía a nivel regional.²

Hasta ahora, la principal institución cultural del país es el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), quien coordina o administra al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), el Canal 22, los Estudios Churubusco, Centro Nacional de las Artes, Cineteca Nacional, Centro de Capacitación Cinematográfica, Radio Educación, Centro Cultural y Turístico de Tijuana (CECUT), Centro Cultural Helénico, Biblioteca Vasconcelos, Fonoteca Nacional y las Librerías Educal que se encuentran presentes en 31 entidades federativas.

A su vez, CONACULTA trabaja de manera directa con varios institutos culturales de los estados así como con las diversas Secretarías de Cultura estatales. De las 32 entidades que conforma el país, 9 de ellas tienen Secretarías de Cultura (Jalisco, Michoacán, San Luis Potosí, Distrito Federal, Nayarit, Colima, Oaxaca, Coahuila³ y Quintana Roo), 4 son Consejos Estatales de Cultura (Nuevo León, Chiapas, Hidalgo y Puebla) y el resto son Institutos de Cultura que dependen de la Secretaría de Educación y Cultura (SEC) de cada estado. La diferencia de cada tipo de instituto radica en su dependencia con otras instancias, aunque todas ellas, por su naturaleza, forman parte del gobierno estatal. Los Institutos se desprenden de las Secretarías de Educación y Cultura, los Consejos Estatales actúan de una manera descentralizada de la administración estatal y las Secretarías de Cultura dependen de manera directa del Gobierno del Estado. Es necesario realizar esta categorización porque en ello radica la diferencia del monto del presupuesto con el que cuentan, las políticas culturales que establecen y la rapidez con la que actúan y toman decisiones, ya que a nivel estatal, cada Instituto, Consejo o Secretaría tiene a su cargo la administración de una amplia gama de museos, teatros, bibliotecas, sitios históricos y salas de exposición.

Es necesario señalar también que una gran parte de los municipios del país tienen Institutos Municipales de Cultura o tienen a su cargo Casas de la cultura que a su vez administran espacios culturales, bibliotecas y organizan festivales con periodicidad definida. Aunque muchas de estas instituciones municipales tienen un presupuesto limitado o están a cargo de directores que solo están por un breve tiempo en su puesto, muchas veces sin una visión a largo plazo sobre el desarrollo cultural de la región, se puede notar un aumento en la oferta artística y cultural a comparación de generaciones anteriores. En suma, podemos mencionar que existen más de 100 instituciones culturales en los tres niveles de gobierno en México.

Desde la década de 1980, tanto CONACULTA como cada institución de cultura se ha preocupado por rescatar el arte y la cultura de cada región en particular apoyando a artistas locales mediante becas, editando obras, difundiendo decenas de talleres de diversos géneros así como campañas a favor de la lectura, entre muchas otras actividades. Gran parte de estas instituciones se han desarrollado en base a tropezones o han tenido administraciones carentes de una política cultural

clara y han permanecido sordas ante las exigencias de las comunidades artísticas. El cerco de difusión de muchas de esas instituciones culturales se limita al estado en donde se han originado ocupando los medios de comunicación tradicionales como el periódico, la radio o editando revistas oficiales. Al mismo tiempo que existe mayor información de lo que pasa en cada estado, el desconocimiento de lo que sucede tanto en el centro como en otros puntos del país ha ido en aumento. Aún hoy en día resulta utópico pensar en un punto donde se alberge toda la información suscitada en cada parte del país, a pesar de que se han hecho esfuerzos afortunados en los proyectos de e-cultura y el Sistema de Información Cultural (SIC).

A comparación de las primeras instituciones de cultura en el país, las actuales se desligan por completo del sector educativo, se han descentralizado gran parte de los apoyos y de las acciones pasando de una política de mecenazgo para entrar a una etapa de democratización de la cultura (apoyo a la creación, al desarrollo de infraestructura para la producción cultural, hacer accesible a la población diversas expresiones artísticas),⁴ y en cada dependencia regional se desprenden una gran variedad de departamentos especializados en diversos temas, como por ejemplo: culturas populares, salas de lectura y fomento editorial. Después de una trayectoria con pocos cambios por parte de las instituciones culturales a lo largo del siglo XX, se abre ante ellas la oportunidad, o retos para el siglo XXI según Teixeira Coelho, de establecer una comunicación horizontal con la sociedad civil, abierta ante la diversidad de expresiones actuales y apegadas a un elemento esencial para el desarrollo de cualquier sociedad: la innovación.

Uno de los mayores retos de estas instituciones en una etapa de extrema rapidez en el flujo de la información, es el establecimiento de vínculos efectivos con la sociedad. Sin embargo, gran parte de los administradores y directivos culturales, aquellas personas que trabajan en estas instituciones que se encargan hoy en día de ser facilitadores, orientadores y puente entre los apoyos gubernamentales y la sociedad, presentan acciones pasivas, tradicionales y muchas veces apáticas que dificultan la rapidez y eficacia de los objetivos planteados por las instituciones.

Tanto la publicidad como la mercadotecnia han dado un giro en los últimos años al enfocarse a los intereses particulares de las personas, acercarse a ellas a través de una publicidad personal, original, enfocada

a intereses específicos que las propias personas eligen al hacerse amigos o seguidores de empresas, marcas o instituciones dentro de las redes sociales. Un área que refleja con claridad esta problemática es el de la comunicación. Partiendo de que la sociedad es mutable, las instituciones gubernamentales también deben cambiar y adaptarse a las nuevas condiciones sociales. La difusión en los medios de comunicación tradicionales ha quedado en desventaja hoy en día frente a internet, quien se ha posicionado como el nuevo vehículo que conecta de manera eficiente diversos estratos sociales de acuerdo a los usuarios que lo utilizan cada día.

El cambio que ha traído el auge de internet y sobre todo las redes sociales, es que el usuario ya no se limita a ser “público” de las empresas, “consumidor” de negocios de comida o “lector” de las editoriales, sino que se ha convertido en un usuario que precisamente usa las redes para entrar en contacto con los demás usuarios, que pueden ser una persona, grupo, colectivo o empresa, creando de esa manera una red de información a través de opiniones, reflexiones, ideas, comentarios, sugerencias, las cuales son emitidas y recibidas por los otros usuarios independientemente de las clases sociales. Ahora la comunicación se da en forma horizontal.

Hoy en día los institutos de gobierno se enfrentan a una sociedad que abre sus horizontes de información más allá de sus límites territoriales, así como a pequeños grupos que están a la expectativa de lo que sucede en áreas artísticas de otras partes del mundo. Esta rapidez de comunicación que ofrecen las redes se enfrenta con los tiempos, muchas veces aletargados, que se manejan en las dependencias de gobierno, ya sea por la responsabilidad del administrador cultural o por la propia burocracia gubernamental.

Lo peor que le puede suceder a una institución cultural en estos primeros años del siglo XXI, ya sea municipal o estatal, es quedarse en los límites de su región, permanecer ciegos ante la diversidad de expresiones artísticas que suceden en otras partes del mundo y seguir repitiendo las mismas iniciativas de hace décadas. La manera más efectiva de que una institución permanezca a la expectativa de lo que sucede en diferentes latitudes, al mismo tiempo en comunicación con las personas interesadas en sus actividades, es utilizar las diferentes opciones que ofrece la red; pero no con la sola creación de páginas o portales, sino de manera más activa a través de las redes sociales de twitter y facebook.⁵

Es claro que no basta tener una cuenta en una de esas dos redes sociales más populares para presumir su utilización. En muchos casos las instituciones abren sus cuentas pero la dejan de usar después de un tiempo o la abren pero jamás la utilizan. En cambio, hay cuentas en donde cada día se ve una actividad constante al subir información frecuente sobre su quehacer diario. Esto se refleja en sus propias cuentas pero también al visualizar el número de seguidores que tienen. A diferencia de seguir a una marca discográfica o de ropa, las personas siguen las cuentas de instituciones de cultura buscando información rápida para tener opciones de esparcimiento y aprendizaje. No se sigue a una institución solo para estar a la moda, sino como un punto de referencia que forma nodos con otros usuarios y cuentas.

Es por eso que las instituciones en general, y las culturales en particular, se enfrentan con la problemática de subsistir ante la rapidez de información y de conservar el interés de un público en constante cambio. ¿Cuántas instituciones culturales de gobierno en México utilizan las redes sociales para difundir sus actividades?, ¿tienen cuenta en facebook y twitter?, ¿cómo las utilizan y con qué frecuencia?, ¿a qué cuenta le dan más prioridad?, ¿existe una comunicación entre las instituciones culturales?, ¿se limitan a difundir sus actividad o también realizan preguntas y responden dudas?

La metodología que se utilizó para responder a estas preguntas fue la búsqueda de las cuentas en facebook y twitter de las principales instituciones culturales de cada estado y del D.F., así mismo de las dependencias directas de CONACULTA. La búsqueda de cada una de las cuentas y el registro de sus actividades se llevó a cabo en dos etapas. Desde el inicio se observó que en algunos casos se dificultaba encontrar dichas cuentas ya que se utilizaban abreviaciones o las siglas de los institutos para nombrar los usuarios (ejemplo: @seculturaslp es la cuenta oficial de la Secretaría de Cultura de San Luis Potosí). Otro punto a resaltar es que se encontró que algunas dependencias tenían varias cuentas a la vez, o que las áreas de dicha instituciones tenían sus propias cuentas (el área de literatura, de música, de artes visuales, por mencionar solo algunas), permitiendo, por un lado, un acercamiento directo del usuario con las áreas de su interés, pero al mismo tiempo difundiendo sus actividades a un número limitado de usuarios.

El 02 agosto de 2011 se llevó a cabo la primera revisión de las cuentas en ambas redes sociales. Para una mayor claridad se dividieron en tres: las Secretarías, los

Consejos y los Institutos, para que el lector notara las diferencias que había en la actividad de las cuentas. En Facebook se distinguió entre una cuenta tradicional (que es la más popular ya que la propia persona o institución en este caso, crea su cuenta individual y va agregando amigos los cuales se van cuantificando) y las que son catalogadas como empresas (donde el usuario crea esta cuenta sin posibilidad de agregar amigos sino que espera a que los usuarios la conozcan, quienes se cuantifican con el número de personas que accionan el botón “me gusta”). Tener una cuenta tradicional permite una mayor actividad y desplazamiento del usuario, ya que puede entrar a las cuentas de sus amigos para comentar, darles “me gusta” y agregar nuevos usuarios, pero tiene como límite tener hasta 5,000 amigos. En cambio, el campo de acción que permite una cuenta de una empresa es ilimitada, ya que más de 5,000 usuarios le pueden dar “me gusta”. Por lo tanto, lo que se registró de cada cuenta de Facebook fue el número de amigos que cada cuenta tenía, o bien, el número de personas que habían accionado el botón “me gusta”.

La red social Twitter solo presenta una modalidad en sus cuentas. Sin embargo, en cada usuario podemos ver el número de seguidores que tiene, el número de cuentas a quien siguen y la cantidad de tweets (mensajes) que han escrito. Estos fueron los principales datos que registramos en cada una de las cuentas ya que se partió de la premisa que un usuario de red social exitoso (con seguidores en aumento y comentarios frecuentes a su quehacer) es aquel que se mantiene constante y que comparte información de interés. Estos tres datos que arroja cada cuenta de Twitter permite conocer el número de personas que siguen directamente a este usuario, darnos una idea del interés por tener una comunicación horizontal con sus seguidores a través del número de usuarios a quien siguen y la actividad que han tenido o tienen por el número de tweets realizados.

La segunda etapa se llevó a cabo el 15 de octubre de 2011 donde se ingresó a las mismas cuentas, en ambas redes sociales, para registrar los datos ya señalados de cada una, con el objetivo de registrar el nivel de actividad que dichas cuentas tuvieron en los últimos dos meses.

Páginas siguientes: Cuentas de Facebook y Twitter de las principales instituciones estatales de cultura hasta el 15 de octubre de 2011. Tienes ,calles

Secretarías de Cultura

Institución	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 2 de agosto de 2011	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 15 de octubre de 2011	Contactos en twitter hasta 2 de agosto de 2011	Contactos en twitter hasta 15 de octubre de 2011
Secretaría de Cultura de Jalisco	A 306 personas les gusta Alta	A 456 personas les gusta Alta	No se revisó la cuenta en esta fecha.	118 seguidores Siguen a 1 71 tweets Alto @culturajalisco
Secretaría de Cultura DF	A 4,970 personas les gusta Alta	A 6,399 personas les gusta Alta	5,540 seguidores Siguen a 232 791 tweets Alta @CulturaDF	7,303 seguidores Siguen a 233 903 tweets Alta @CulturaDF
Secretaría de Cultura Michoacán	4,011 amigos Alta	5,005 amigos Alta	283 seguidores Siguen a 212 334 tweets Nula @culturamich	346 seguidores Siguen a 213 334 tweets Nula
Secretaría de cultura de San Luis Potosí	4,888 amigos Alta	1,545 les gusta Alta 6	715 seguidores Sigue a 47 971 tweets Alta @seculturaslp	910 seguidores Sigue a 47 1,243 tweets Alta
Secretaria de Cultura de Oaxaca	No cuenta con usuario en FB.	No cuenta con usuario en FB.	2597 seguidores Siguen a 330 2,117 tweets Alta @cultura_oaxaca	3,407 seguidores Siguen a 356 2,728 tweets
Secretaría de Cultura del Estado de Quintana Roo	A 139 personas les gusta Alta	A 162 personas les gusta Alta	1,307 seguidores Siguen a 1,626 320 tweets Media @cultura_qroo	1,485 seguidores Siguen a 1,615 321 tweets
Secretaría de Cultura Nayarit	4,997 amigos Alta	758 amigos Alta7	154 seguidores Sigue a 120 278 tweets Alta @cecan2011	154 seguidores Sigue a 120 278 tweets Alta
Secretaría de Cultura de Colima ^g	No se revisó la cuenta en esta fecha.	No se revisó la cuenta en esta fecha.	No se revisó la cuenta en esta fecha.	No se revisó la cuenta en esta fecha.



Consejos Estatales de Cultura

Institución	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 2 de agosto de 2011	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 15 de octubre de 2011	Contactos en twitter hasta 2 de agosto de 2011	Contactos en twitter hasta 15 de octubre de 2011
Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas	5,000 amigos Alta	4,999 amigos Alta	2,960 seguidores Sigue a 166 940 tweets Alta @Coneculta	3,665 seguidores Sigue a 192
Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Hidalgo	4,417 amigos	A 526 personas les gusta ⁹ Alta	608 seguidores Siguen a 215 127 tweets Media @Cultura_Hidalgo	691 seguidores Sigue a 214 127 tweets Nulo
Consejo para la Cultura de Nuevo León (CONARTE)	257 amigos Baja	250 amigos Baja	4,302 seguidores Siguen a 118 3,651 tweets Alta @conartenl	5,170 seguidores Sigue a 126 4,442 tweets
Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Puebla	No cuenta con usuario en FB	A 26 personas les gusta Nula	No cuenta con usuario en Twitter	No cuenta con usuario en Twitter

Institutos Estatales de Cultura

Institución	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 2 de agosto de 2011	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 15 de octubre de 2011	Contactos en twitter hasta 2 de agosto de 2011	Contactos en twitter hasta 15 de octubre de 2011
Instituto Sonorense de Cultura	3,821 amigos Media	4,958 amigos Media	213 seguidores Siguiendo a 59 133 tweets Media @ISCsonora	477 seguidores Siguiendo a 346 369 tweets
Instituto Sinaloense de Cultura	2,265 amigos Baja	3,990 amigos Baja	No cuenta con usuario en Twitter.	47 seguidores Siguen a 44 19 tweets Nulo @culturasinaloa
Instituto Tamaulipeco de Cultura	2,767 amigos Alta	3,863 amigos Alta	139 seguidores Sigue a 33 354 tweets Alto @ITCA_	353 seguidores Siguen a 74 1,188 tweets

Institución	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 2 de agosto de 2011	Contactos en FB Tipo de actividad hasta el 15 de octubre de 2011	Contactos en twitter hasta 2 de agosto de 2011	Contactos en twitter hasta 15 de octubre de 2011
Instituto Queretano de la Cultura y las Artes	A 6,153 personas les gusta Alta	A 6,787 personas les gusta Alta	1312 seguidores Siguiendo a 453 1,945 tweets Alto @lqca	1,558 seguidores Siguen a 465 2,311 tweets
Instituto Chhuahuense de la Cultura	A 67 personas les gusta Baja	A 274 personas les gusta Baja	No cuenta con usuario en Twitter.	No cuenta con usuario en Twitter.
Instituto de Cultura de Campeche	725 amigos Baja	728 amigos Baja	1,764 seguidores 1,275 siguen 2,430 tweets Alto @culturacampeche	2,239 seguidores Siguen a 1,288 3,525 tweets
Instituto Cultural de Aguascalientes	A 916 personas les gusta Alta	A 1,275 personas les gusta Alta	No cuenta con usuario en Twitter.	No cuenta con usuario en Twitter.
Instituto Estatal de la Cultura de Guanajuato	A 2,514 personas les gusta Alta	A 2,734 personas les gusta Alta	421 seguidores 68 siguiendo 734 tweets Medio @IECGuanajuato	500 seguidores Siguen a 47 827 tweets Alta
Instituto Mexiquense de Cultura	A 898 les gusta eso Alta	A 1,382 les gusta eso Alta	1,034 seguidores Siguen a 707 616 tweets Alta @culturaedomex	1,235 seguidores Siguen a 495 819 tweets Alta
Instituto Sudcaliforniano de Cultura (varias cuentas)	A 68 personas les gusta Alta	A 154 personas les gusta Alta	No cuenta con usuario en Twitter.	No cuenta con usuario en Twitter.
Instituto Coahuilense de Cultura ¹⁰	A 4,967 personas les gusta Media	A 5,334 personas les gusta Media	11 seguidores No sigue a nadie 0 tweets Nulo @icocult	17 seguidores No sigue a nadie 0 tweets Nulo
Instituto de Cultura del Estado de Durango	2,491 amigos Alta	4,997 amigos Alta	294 seguidores Siguen a 25 2,369 tweets Alta @iceddgo	418 seguidores Siguen a 35 3770 tweets Alta
Instituto Guerrerense de la Cultura	A 28 personas les gusta Nula	A 46 personas les gusta Nula	No cuenta con usuario en Twitter	No cuenta con usuario en Twitter



Instituto de Cultura de Morelos (seis cuentas diferentes)	A 1,024 personas les gusta Alta	A 1,859 personas les gusta Alta	63 seguidores Siguen a 24 66 tweets Media @institutodecult	184 seguidores Siguen a 35 102 tweets Media
Instituto Estatal de Cultura Tabasco	No se encontró su usuario en FB.	A 15 personas les gusta Nula	No cuenta con usuario en Twitter.	No cuenta con usuario en Twitter.
Instituto Tlaxcalteca de la Cultura	1,887 amigos Media	4,633 amigos Media	177 seguidores Siguen a 69 259 tweets Alta @culturatlax	190 seguidores Siguen a 70 329 tweets Alta
Instituto Veracruzano de la Cultura	A 27 personas les gusta Nula	A 32 personas les gusta Nula	28 seguidores Siguen a 0 10 tweets Nula @ivecver	44 seguidores Siguen a 0 10 tweets
Instituto de Cultura de Yucatán (dos cuentas)	A 52 personas les gusta Nula	A 62 personas les gusta Nula	1,431 seguidores Siguen a 22 673 tweets Alta @CulturaYucatan	1,621 seguidores Siguen a 22 698 tweets Alta
Instituto Zacatecano de Cultura (tres cuentas)	A 28 personas les gusta Nula	A 38 personas les gusta Nula	No cuenta con usuario en Twitter	No cuenta con usuario en Twitter
Instituto de Cultura de Baja California	A 21 personas les gusta Nula	A 24 personas les gusta Nula	No cuenta con usuario en Twitter	No cuenta con usuario en Twitter

Dependencias de CONACULTA hasta el 15 de octubre de 2011

Conaculta y dependencias	Contactos en FB hasta el 2 de agosto de 2011	Contactos en FB hasta el 15 de octubre de 2011	Contactos en twitter hasta 2 de agosto de 2011	Contactos en twitter hasta 15 de octubre de 2011
Alas y raíces	4,993 amigos Alta	4,978 amigos Alta	2,837 seguidores Siguen a 550 750 tweets Alto @AlasyRaices	3,311 seguidores 776 siguiendo 964 tweets Alto
Coediciones	603 amigos Media	906 amigos Media	No cuenta con usuario en Twitter	No cuenta con usuario en Twitter
Salas de lectura	No se revisó la cuenta en esta fecha.	4,989 amigos Alta	No se revisó la cuenta en esta fecha.	2,067 seguidores 813 siguiendo 1589 tweets Alta

Conaculta y dependencias	Contactos en FB hasta el 2 de agosto de 2011	Contactos en FB hasta el 15 de octubre de 2011	Contactos en twitter hasta 2 de agosto de 2011	Contactos en twitter hasta 15 de octubre de 2011
Dirección General de Publicaciones Conaculta (varias cuentas)	Tiene 204 miembros en el grupo Media	Tiene 4,440 miembros en el grupo11 Media	1,748 seguidores Siguen a 2,000 309 tweets Alto @_Publicaciones	1,985 seguidores 2,143 siguiendo 444 tweets Alta
Bellas Artes	No se revisó la cuenta en esta fecha.	A 16,135 personas les gusta Alta	No se revisó la cuenta en esta fecha.	24,279 seguidores 209 siguiendo 6,443 tweets Alta @bellasartessinba12
Tierra Adentro	4,137 amigos Baja	4,998 amigos Baja	No tiene cuenta	No tiene cuenta
CONACULTA	A 204 personas les gusta Media	A 339 personas les gusta Media	84,251 seguidores Alta @Conaculta	97,574 seguidores Siguen a 1,433 10,305 tweets
SNCA-FONCA	497 amigos Alta	563 amigos Alta	503 seguidores Siguen a 20 140 tweets Alto @SNCA-FONCA	No se encontró la cuenta.
Fomento Musical	A 2,066 personas les gusta Media	A 2,244 personas les gusta Media	3,907 seguidores Siguen a 2,510 532 tweets Alta @FomentoMusical	4,403 seguidores 2543 siguiendo 578 tweets Alta
Programa de Músicos tradicionales	No cuenta con usuario en FB.	No cuenta con usuario en FB.	13 seguidores Siguen a 3 10 tweets Baja @MusicosFONCA	27 seguidores Siguen a 3 13 tweets
Sic México	No cuenta con usuario en FB.	No cuenta con usuario en FB.	3,195 seguidores Siguen a 1,823 67 tweets Baja @SicMexico	3,754 seguidores 1,821 siguiendo 67 tweets
FONCA Difusión	No cuenta con usuario en FB.	A 24 personas les gusta Nula	3,195 seguidores Siguen a 112 91 tweets Baja @FONCAENLINEA	3,852 seguidores 110 siguiendo 91 tweets



CECUT Página oficial	4,997 amigos Alta	4,997 amigos Alta	1,002 seguidores Siguen a 147 personas 322 tweets Media @CECUT_MX	1,270 seguidores 150 siguen 689 tweets
Canal 22	A 179,691 les gusta Alta	A 189,458 les gusta Alta	No se revisó la cuenta en esta fecha.	55,841 seguidores 133 siguiendo 5976 tweets Alta
Literatura INBA	No se revisó la cuenta en esta fecha.	No se revisó la cuenta en esta fecha.	No se revisó la cuenta en esta fecha.	14,078 seguidores 734 siguiendo 2896 tweets Alta @literaturainba

Debemos destacar que cada instituto tiene una cuenta ya sea en facebook o twitter, lo cual señala que no son ajenos al auge de las redes sociales. Los cinco institutos que tuvieron más amigos o personas que dieron “Me gusta” en *Facebook* fue: la Secretaría de Cultura del Distrito Federal, Secretaría de Cultura de Michoacán, Secretaría de Cultura de Nayarit, Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas y el Instituto Queretano de Cultura. Los que tuvieron más seguidores en *twitter* fueron: la Secretaría de Cultura del Distrito Federal, Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas, Secretaria de Cultura de Oaxaca, Consejo para la Cultura de Nuevo León y el Instituto de Cultura de Campeche.

En cambio, los usuarios que tuvieron menos seguidores o que no se encontró cuenta abierta en facebook fueron los institutos de: Tabasco, Baja California, Veracruz, Zacatecas y Puebla. En el caso de algunos estados encontramos diferentes cuentas lo que provoca una confusión en la contabilización de sus actividades: Baja California Sur, Morelos con 6, Yucatán 2 y Zacatecas 3. Las cuentas que no se encontraron en twitter, ya sea por dificultad en su búsqueda dado el nombre de usuario o porque no existen, fueron las instituciones de Puebla, Guerrero, Tabasco, Zacatecas y Baja California. En algunos casos también se encontraron nombres de usuarios que no van ligadas al nombre oficial de la institución, esto sucede sobre todo en aquellos institutos que abrevian sus nombres, como en el caso de la cuenta de Twitter del Instituto Veracruzano de la Cultura: @ivecver. La consecuencia

de elegir un usuario alejado al nombre oficial, es que los demás usuarios no podrán encontrarlo con facilidad, y como consecuencia, pocos seguirán sus actividades.

Como es de esperarse, la gran mayoría de las cuentas en las dos redes sociales se utilizan exclusivamente para difundir las actividades de las instituciones. Pocas veces se vio una comunicación constante con los demás usuarios a través de preguntas o de responder a las dudas que los propios usuarios preguntan en sus muros. Esto puede ser porque en algunos casos la comunicación se da en correos personales, o bien, porque su interés no es interactuar o tener esa comunicación horizontal que las redes sociales permite (o exige), sino limitarse a la mera difusión sin aprovechar todas las ventajas de estas herramientas.

De las cuentas que se abordaron en este trabajo la que tiene CONACULTA es la que presenta mayor actividad y por lo tanto un número mayor de seguidores. Si comparamos la actividad entre las Secretarías, Consejos e Institutos, se ve claramente que los del primer y segundo tipo son las que están constantemente activas tanto en Facebook como en Twitter, salvo el caso de la Secretaría de Cultura de Oaxaca en Facebook y el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Puebla. En cuanto a los institutos, se pueden ver casos de cuentas con alta actividad como el de Tamaulipas, Campeche y Durango. En el caso de las cuentas de Twitter, si comparamos los seguidores que cada institución tenía en agosto y después en octubre, es evidente un incremento (en esta red social es difícil ver un decremento en sus cifras), pero en algunas cuentas es más notables que en

otras como en el caso de Campeche y Yucatán que en este lapso de tiempo aumentaron sus seguidores entre 200 y 500.

En cambio la actividad de las dependencias directas de CONACULTA difieren mucho de las estatales. CONACULTA por sí sola se ha enfocado a alimentar su cuenta en twitter llegando a tener 97,574 seguidores, quizá impulsado por el interés particular que su titular, Consuelo Sáizar, presenta hacia las redes sociales. Esta cuenta es la que ofrece más diversidad de información al estar en constante actividad diaria de las cuentas que se revisaron en este trabajo. Le sigue el usuario de Canal 22 con 55,841 seguidores y el INBA con 24,279 seguidores. En cuanto a Facebook, la cuenta con mayor cantidad de amigos o de personas que “gustan” de dicha dependencia se encuentra el Canal 22 con 189,458 personas y el INBA con 16,135 personas que también han mostrado su gusto por esta institución. Siguiendo con Facebook, la cuenta de Tierra Adentro ha llegado al límite de los 5,000 amigos así como la cuenta del CECUT, cuyas divisiones tienen sus propias cuentas: Exposiciones CECUT con 4,846 amigos; Literatura CECUT con 3,565 amigos; Promoción escolar CECUT (no se menciona el número de amigos); Producción escénica CECUT tiene dos cuentas, una con 438 amigos y otra con 159 amigos; Medios audiovisuales CECUT a 424 personas les gusta.

Algo que es notorio, es que en la mayoría de las cuentas que están activas de una manera constante, no existe una comunicación entre los propios institutos, secretarías o consejos de cultura e incluso en muchos casos no siguen las cuentas de los otros institutos a pesar de que cada uno de ellos maneja convocatorias a nivel nacional. Aunque el objetivo de una institución estatal sea difundir las expresiones artísticas y culturales de la región, contar con información que sobrepasa sus ámbitos territoriales creará vehículos de comunicación con sus iguales, atraerá un mayor público heterogéneo y establecerá redes de información (o nodos) que incrementen el conocimiento sobre las diversas áreas de su interés, esto sin contar el impacto que tiene entre los usuarios una institución que está en constante actividad. Tampoco encontramos usuarios que sigan instituciones de cultura de otros países.

Ante estos datos nos podemos dar cuenta que una de las problemáticas comunes con las que se enfrentan las instituciones al utilizar las redes sociales, es la carencia de comunicación que existen entre las propias instituciones, o al menos, de las estatales en coordinación con

las federales. Otro punto importante es que algunas instituciones tienen varias cuentas que pertenecen a sus coordinaciones, pues existe una para la institución en general, otra para el área de artes visuales, otras para literatura, otra para difusión (siendo que cualquier cuenta es de difusión), otra para el área de música, entre varias coordinaciones más. Lo que provoca esta diversidad de cuentas es crear una identidad difusa de la institución así como crear confusiones en sus actividades. Al entrar a la coordinación de artes visuales se encuentra información de una exposición, pero no de los conciertos de la orquesta filarmónica o de los talleres que se impartirán en las bibliotecas.

Los datos recabados para este artículo pueden ser el punto de partida para futuros estudios sobre el uso de las redes sociales por parte de los institutos, no tan solo nacionales o estatales, sino también incluyendo los municipales. Si tomamos en cuenta que gran parte de estos “usuarios institucionales” se han creado en las actuales administraciones, un rasgo importante que debemos considerar es verificar si los cambios de administración afectarán el uso que se les está dando hasta el momento. El número de usuarios de facebook y twitter está creciendo, ya que hoy en día no solo se accede a través de la computadora sino también de dispositivos móviles como tablet, ipad y Smartphone y con ello va cambiando el paradigma de la comunicación. Las redes sociales se están convirtiendo en un punto importante para una información directa en toda clase de actividades, y el ámbito cultural debe participar aún más en estos cambios sociales para así cumplir con una de las funciones básicas de todos los institutos de cultura: la comunicación.

Notas

¹ Se entiende como institución cultural aquellas que tienen una “estructura relativamente estable orientada a regular las relaciones de producción, circulación, cambio y uso o consumo de la cultura (ministerios y secretarías de la cultura, museos, bibliotecas, centros de cultura, etc.) son de derecho público y se rigen por decretos, leyes u otros instrumentos jurídicos análogos” (Coelho, 2009).

² Es necesario mencionar que al mismo tiempo, en los últimos años del siglo XX, empezaron a crearse patronatos y fundaciones de empresas nacionales o transnacionales, así como asociaciones civiles en torno a esta área cuya misión ha sido apoyar ofertas artísticas mediante compra de obra o exposiciones, así como apoyar de manera directa a los propios artistas. Aunque la mayoría de estas fundaciones



- se encuentran en las ciudades más importantes del país, su aparición ha aumentado la gama de oferta cultural que se ofrece hoy en día en México.
- ³ El Instituto Coahuilense de Cultura cambió su estructura a Secretaría de Cultura de Coahuila durante la realización de este artículo, después de contabilizar sus cuentas en redes sociales durante agosto de 2011.
- ⁴ Me baso en las características que le atribuye el Dr. Eduardo Nivón en su libro *La política cultural. Temas, problemas y oportunidades*.
- ⁵ Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), en un estudio realizado en 2012 a través de encuestas a 2329 personas, indica que hasta 2011 había un aproximado de 40.6 millones de usuarios en México. El tiempo promedio de conexión de los usuarios es de 4 horas diarias y el 77% de los encuestados declararon acceder a redes sociales como principal actividad. Las principales redes sociales en México, según este mismo estudio, son facebook con un 90%, Youtube con 60% y Twitter con 55%.
- ⁶ La cuenta que se revisó el 2 de agosto no corresponde con la cuenta que se revisó el 15 de octubre, y al revisarse la segunda no se encontró registro de la primera. De todas maneras se muestran los usuarios contabilizados en cada una.
- ⁷ La Secretaría de Cultura de Nayarit abrió una segunda cuenta al llegar a los 5,000 amigos en la original.
- ⁸ Las cuentas de la Secretaría de Cultura de Colima se revisaron hasta el 3 de enero de 2011, por tal motivo no formará parte del análisis como las otras cuentas. En ambas cuentas, hasta dicha fecha, presenta una alta actividad, contando en facebook con 3,179 usuarios que le han dado “me gusta”, mientras que en twitter (@culturacolima) tiene 1,542 seguidores, sigue a 478 usuarios y ha escrito 4, 486 tweets.
- ⁹ No se pudo encontrar la cuenta que se contabilizó en agosto, quizá porque al llegar a los 5,000 amigos abrieron una nueva cuenta. Sin embargo no queda registro de la anterior.
- ¹⁰ No pudimos entrar a su muro y registrar su actividad por el exceso de invitaciones de la cuenta. En la realización de este artículo cambió su estructura a Secretaría de Cultura de Coahuila.
- ¹¹ Al tener esa dirección varias cuentas, el registro del 2 de agosto es de una cuenta diferente al del 15 de octubre de 2011.
- ¹² Aparece en Twitter como Bellas Artes, a diferencia de facebook.

- <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1>
- Coelho, Texeira (2004). *Diccionario crítico de política cultural*. Gedisa editores, México.
- García Canclini Néstor (1989). *Culturas híbridas*, Mondadori, México.
- Nivón Bolán, Eduardo (2006). *La política cultural. Temas, problemas y oportunidades*. Conaculta, México.

Bibliografía

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI),
 “Hábitos de los usuarios de internet en México”,
 Mayo 17, 2012. Consultado en Septiembre de 2012 en: