

REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales
Vol.25,#2, Diciembre 2014
<http://revista-redes.rediris.es>

El capital social, el arte contemporáneo y las carreras¹

Nathalie Moureau² y Benoit Zenou

LAMETA – Universidad de Montpellier

Resumen

Desde los trabajos de Mark Granovetter (1973, 1985) sobre el mercado de trabajo, el papel de las redes y del capital social ha sido recalcado en varias ocasiones, sobre todo en el ámbito cultural. Según Blaug (1985), las tres S, es decir "skilling, screening y socialisation" son tan importantes para las artes como las tres Rs para los sectores tradicionales. Adquirir las competencias necesarias, evaluar sus capacidades, conseguir recomendaciones de profesionales reconocidos e insertarse en las redes, son elementos que contribuyen a favorecer la carrera de los artistas. Apoyándonos en un trabajo de encuestas elaborado en la región Languedoc-Roussillon (Francia) en un curso realizado por una veintena de artistas visuales, analizamos cómo el capital social interviene en las diferentes etapas de la carrera: primero al inicio de la carrera (las diferencias en las dotaciones iniciales individuales) y más ampliamente a lo largo la carrera.

Palabras clave: Capital social – Artistas visuales – Carreras – Redes.

Abstract

Since the research by Mark Granovetter (1973, 1985) on labor market, the role of social networks and social capital has been repeatedly emphasized, especially in the cultural field. According to Blaug (1985), the three S, *i.e.* skilling, screening and socialization, are as important for the arts that the three Rs for traditional activities. The artist career depends on the artist ability to develop new competences, to assess his own capacities, and also to obtain support from well known professionals. Drawing on a survey conducted in the Languedoc Roussillon region around the course of twenty visual artists (semi-structured interviews), we analyze how social capital operates at the beginning (individual differences in initial endowments) and then during the career.

Key words: Social capital – Visual art – Career – Networks.

Introducción

Desde los trabajos de Mark Granovetter (1985) sobre el mercado de trabajo, el papel jugado por las redes y el capital social (e.g. Lino, 1999 y Forse, 2001) ha sido recalcado varias veces, particularmente en el dominio cultural (Menger 1998,

¹ Traducción revisada por Lola de la Rúa y Ainhoa de Federico.

² Enviar correspondencia a: nathalie.moureau@univ-montp3.fr



2009). Según Blaug (1985), las tres S, "skilling, screening y socialización", son tan importantes para las actividades artísticas como las tres Rs³ para los sectores tradicionales. Adquirir competencias, evaluar sus capacidades, conseguir recomendaciones de profesionales reconocidos e insertarse en las redes son elementos que contribuyen a favorecer la carrera de los artistas. Raymon de Moulin subraya que "los efectos de recomendaciones y de redes (redes generacionales, redes de afinidad, redes de militancia estética) tienen más importancia en las carreras culturales que en otras carreras y todavía más en la zona de incertidumbre de peritaje que representa el arte contemporáneo " (Moulin, 1992, p. 252). En cuanto a los artistas plásticos, varios estudios han mostrado la importancia de las escuelas de Bellas Artes en el contacto de los alumnos con las redes profesionales. Las exposiciones realizadas, la presencia en los jurados de finales de año de responsables de instituciones, constituyen elementos susceptibles de llamar la atención de un experto del mundo del arte sobre el trabajo del joven artista y de iniciar de este modo, un principio en el reconocimiento del artista (Liot 2004, Martin 2005, Moulin 1992). Más ampliamente, el papel de las redes de legitimación ha sido recalcado por el arte contemporáneo (Moulin 1986, Heinich 1998, Michaud 2007, Moureau Sagot-Duvaurox 2011) así como el de los convenios y las instituciones para las carreras de artistas en el siglo XIX (Becker 2006, Heinich (1992, 1993, 1996), Molino 1992, Moureau Sagot-Duvaurox 1992, White 1991). A pesar del interés recurrente por las redes, ningún trabajo de campo ha estudiado cómo el capital social intervenía en las diferentes fases de recorrido de los artistas plásticos vivos⁴.

Apoyándonos en el trabajo de encuesta elaborado en la región Languedoc-Roussillon en torno a una veintena de artistas plásticos (encuestas semi directivas), proponemos analizar cómo el capital social interviene en las diferentes etapas de las carreras. Después de haber precisado el contexto de la investigación y definido la noción de capital social, mostramos cómo, al inicio de la carrera, las dotaciones individuales difieren según los artistas y abren paso a recorridos distintos. Posteriormente, caracterizamos el desarrollo posterior de las carreras artísticas

³ Los tres tipos de Rs corresponden a las enseñanzas fundamentales del sistema educativo americano: Reading, wRiting and aRithmetic. Esta secuencia es atribuida a Sir William Curtis (alrededor de 1825). Anotemos que si la expresión de los tres Rs todavía persiste hoy, reenvía una otra secuencia (e.g. Read, wRite, Recite).

⁴ La rareza de este tipo de estudio no concierne al solo dominio cultural, Grosseti y Barthe (2008) anotan la ausencia de este género de análisis para la creación de empresa.

según la naturaleza del capital social poseído y movilizado por los artistas. Concluimos subrayando el carácter decisivo de las normas y los valores en las carreras artísticas.

Contexto

Comprender cómo el capital social interviene en las carreras artísticas requiere especificar previamente la noción de capital social. Se han dado múltiples definiciones del concepto y, sin entrar en detalle de las argumentaciones, parece necesario precisar brevemente el punto de vista adoptado, antes de presentar el trabajo de campo elaborado para poner de relieve las trayectorias realizadas.

Enfoque conceptual: capital social y redes

En trabajos célebres sobre el mercado de trabajo, Granovetter (1973) puso en evidencia el papel de las redes sociales en la búsqueda de empleo. Interrogados sobre los elementos que habían permitido su inserción en el mercado de trabajo (contactos personales, etc.), el 56 % de los encuestados declararon haber obtenido su empleo gracias a un contacto personal y entre estas relaciones, el 31 % correspondían a lazos familiares y el 69 % a relaciones profesionales⁵. Granovetter entonces concluyó en la eficacia más grande de los vínculos débiles⁶ (lazos profesionales y relaciones distantes) respecto a los vínculos fuertes (particularmente los lazos familiares) en la búsqueda de empleo: mientras que los lazos fuertes son transitivos y se cierran sobre sí mismos (Wasserman y Faust 1994 y 1999) los lazos débiles permiten la difusión de la información en el seno de la red pero igualmente de un grupo al otro (Burt 2001a), ofreciendo un acceso a los recursos disponibles para los miembros de otras redes (Lino 1982, Chwe 2000).

Este estudio pionero que ilustra la integración necesaria de lo social en la modelización de los fenómenos económicos, lo que Granovetter calificará en sus trabajos posteriores de "*embeddedness*" (Granovetter, 1985), llevaba el embrión de la noción de capital social desarrollada un poco más tarde por Bourdieu (1980, 1986) y definida como "el conjunto de los recursos actuales o potenciales

⁵ La encuesta realizada incluía a 266 individuos de la ciudad de Newton (ciudad de Massachusetts en EE.UU).

⁶ La fuerza de un vínculo es medida aquí a través de 4 elementos: la duración de la relación, la intensidad emocional, la intimidad y los servicios recíprocos.

vinculados a la posesión de una red sostenible de relaciones más o menos institucionalizadas por interconocimiento y de inter reconocimiento" (Bourdieu, 1980, p. 2). Desde entonces, este concepto ha conocido un fuerte desarrollo, primero a consecuencia de los trabajos de Coleman (1988), y en segundo lugar gracias a Putnam (1993). Si la variedad de los enfoques pudo causar perjuicio con respecto a la claridad del concepto, mancillándole de una cierta ligereza (Portes 1998, Ponthieux 2003), la inmensa mayoría tienen un punto común (Bevort 2006, Cuajado 2006) y subrayan la voluntad de estudiar lo que " (...) En el funcionamiento y la eficacia de la economía procede de factores no económicos (Caillé 2006, p.12-13)".

La perspectiva con la que consideramos el capital social se inscribe en la línea de Bourdieu, considerando que éste reside en la estructura de las relaciones entre los agentes. El capital social no está presente en los individuos ni en las unidades físicas de producción y no puede definirse por una sola entidad sino por un conjunto. Constituido por la red personal del individuo, corresponde a las posibilidades de acceso que posee en esta red. Próxima a la noción de red, la noción de capital social se distingue no obstante, por la inclusión de la capacidad de los individuos que movilizan sus relaciones para acceder a informaciones diversas (de Graaf y Flap, 1988). Aparece así "como el producto del tamaño de la red personal, del volumen de los recursos contenidos en esta red (es decir de la información y las diferentes especies de capital detenidas por los agentes con los cuales las relaciones son mantenidas y de las posibilidades de acceso a estos recursos" (Mercklé, 2004, p. 59). Para simplificar la lectura, calificaremos de 'artístico' el capital social que es específico al mundo del arte.

El capital social "en acción": contexto de la encuesta y metodología

En el plano empírico, los datos sobre que se apoya este trabajo, derivan de una larga encuesta realizada en el marco de una investigación efectuada para el Ministerio de Cultura y Comunicación (DEPS⁷) sobre la difusión y la valoración y difusión del arte contemporáneo en la región. Cinco aglomeraciones formaron parte del estudio global: Lyon, Nantes, el Havre, Rouen y Montpellier. Se elaboraron dos series de encuestas- la primera a los difusores, la segunda a los artistas – con el objetivo de poner de relieve la pluralidad de las trayectorias. La encuesta realizada a los artistas pretendía esbozar su trayectoria (naturaleza de la formación, los

⁷ Departamento de los Estudios del Prospectivo y de las Estadísticas.

lugares de exposición y de ventas, intermediarios con los que trabajan, modo de decisión del precio, las colaboraciones institucionales etc.). Sesenta y nueve artistas repartidos entre las diferentes regiones fueron encuestados, (entrevistas semi directivas) velando para que quedasen representados diferentes grupos de edad y diferentes tendencias artísticas. La muestra⁸ constituida tenía vocación de incluir a representantes de las diferentes economías del arte identificadas durante la investigación efectuada a los difusores, para estudiar la pluralidad de las trayectorias de los artistas.

En el trabajo elaborado para el Ministerio (de Vrièse et al. 2011a, 2011b), se pusieron de relieve varios perfiles específicos de artistas, organizándose en torno a dos criterios discriminantes principales: la innovación y el papel de los encargos en el trabajo del artista. Las ilustraciones de las trayectorias realizadas provienen específicamente de las encuestas elaboradas a los artistas de la aglomeración de Montpellier. Particularmente, se pidió a los artistas que aclararan, apoyándose en el currículum vitae, cuáles habían sido los intermediarios que les habían permitido acceder a una posición particular (exposición, subvención, compra pública, etc.) para cada etapa de su trayectoria. Esta determinación de las ilustraciones no parece mancillar el análisis realizado en la medida en que la investigación global puso de relieve la similitud de las configuraciones sobre el conjunto de las regiones estudiadas⁹.

¿Cuál es el uso del capital social al principio de la carrera?

A partir del estudio, se pueden delinear tres casos emblemáticos mostrados gráficamente en las figuras 1 y 2. En el primero, el artista inicialmente no goza de relaciones sociales susceptibles de facilitarle un acceso al mundo del arte e intenta paliar la debilidad de su capital social a través de la utilización de internet (Figura 1, caso A). En el segundo caso, el capital social movilizado por el artista está constituido en su mayoría por el entorno amistoso y familiar (Figura 1, caso B). En la última configuración, el capital social del artista es más bien de naturaleza institucional (Figura 2). En los dos primeros casos (Figura 1), el artista construyó su

⁸ La selección que fue efectuada de común acuerdo con los difusores todas categorías.

⁹ Anotemos que la encuesta global no se centró en el concepto de capital social sino más bien en la cuestión de la existencia de redes distintas del arte contemporáneo según los mundos del arte. Por ello, en los resultados generales de la encuesta no se presentó el análisis dinámico de las redes para el conjunto de las ciudades (Ver de Vrièse y alii, 2011).

carrera en reuniones sucesivas, cada nodo puede proporcionar acceso a otro. En la tercera (Figura 2), el artista incorpora una red en gran medida ya formada y poco a poco se consolida para construir su propio curso. Pero, cualquiera que sea el caso, varios factores¹⁰, inseparables del contexto y el entorno social del individuo, están involucrados en la formación de la red social del artista.

¹⁰ Así como las referencias y de valores comunes, el saber o las destrezas compartidas, los estatus socioeconómicos, los intereses, creencias y preferencias compartidas (Michinov, 2001).

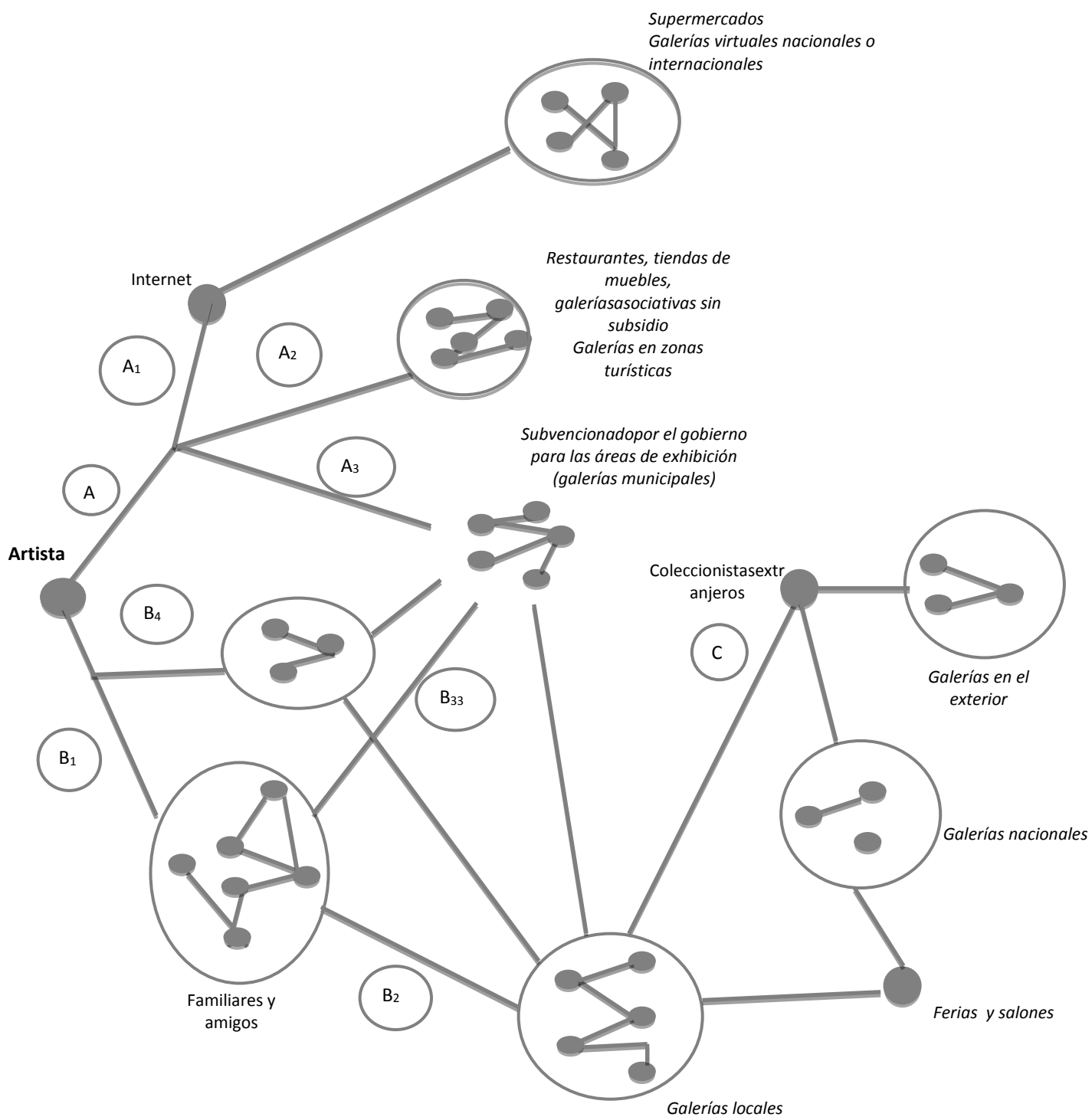


Figura 1. Representación esquemática de la red social movilizada por un artista durante su carrera en el mercado de bellas artes.

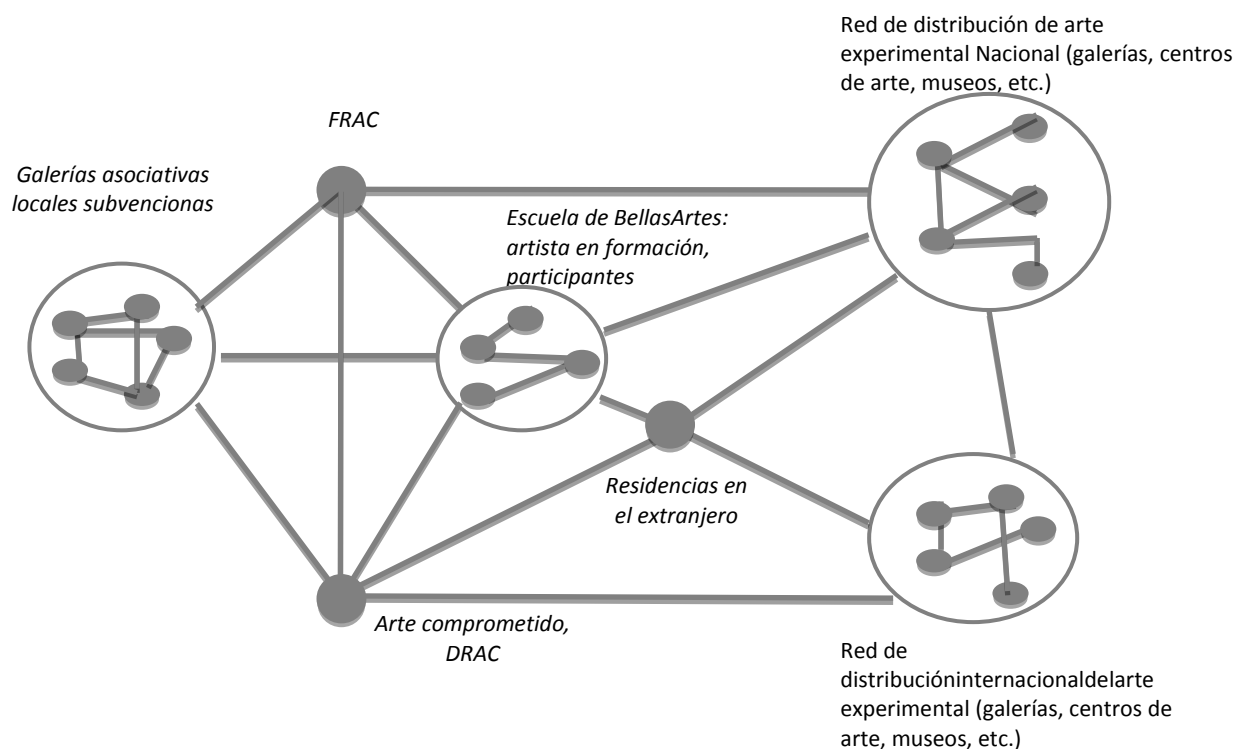


Figura 2. Representación esquemática de la red social movilizada por un artista durante su carrera en el mercado del arte experimental.

Cuando falta la red social

Para insertarse en el mundo profesional y difundir su trabajo, el artista que no goza de ninguna red 'artística' gracias a su formación (i.e. lazos con personas del mundo del arte) y que no puede tampoco apoyarse en las relaciones de su entorno amistoso o familiar, puede encontrar en Internet un medio de tejerse una red.

En efecto, para el artista que no sale de una escuela de Bellas Artes, difundir su trabajo no es fácil, en particular si es autodidacta y no goza de una inserción específica en una red artística. Apelará entonces generalmente a lugares municipales de difusión (cf. Figura 1, caso A3) o restaurantes (cf. Figura 1, caso A2). Esta primera etapa es en general poco lucrativa, los restaurantes y los cafés utilizan estas exposiciones para crear un contexto acogedor, pero pocas veces se consiguen ventas, según las declaraciones de los artistas encuestados. Algunos espacios parecen más activos, como las salas de exposiciones de cierto gran almacén de muebles, que propone obras cuyos precios varían entre 650 y 3.000 euros. Según la información recogida en las encuestas realizadas, la venta en tiendas de muebles puede dar un beneficio al artista de hasta 10.000 euros al año.

Las posibilidades de difusión ofrecidas en paralelo por las galerías provinciales están restringidas, son poco numerosas y tienen poco margen de maniobra para acoger nuevos artistas, a causa del equilibrio que deben mantener entre antiguos y nuevos talentos en su cartelera. Esencialmente son las galerías asociativas no subvencionadas las que pueden ofrecer una ventana de difusión, mediante una participación financiera de los artistas en los gastos de la exposición (cf. Figura 1, caso A2).

Ante la dificultad de exponer, algunos artistas utilizan la red de internet (Figura 1, caso A1), paliando de este modo la debilidad de su capital social artístico inicial a través de la movilización de una información disponible y accesible para todos. Su búsqueda les conduce a galerías en línea con un perfil uniforme, es decir, galerías destinadas a un público poco familiarizado con el arte contemporáneo considerado como elitista (véase el recuadro publicidad *Art Tracker*). Las creaciones disponibles en estas páginas web señalan prácticas artísticas tradicionales, como pinturas abstractas realizadas en aceite o pan de oro, o más actuales como el arte del graffiti. En ambos casos, la obra es valorada como una creación única, original, de uso decorativo para "cualquier persona que busca diferenciarse mediante la sustitución de sus carteles por una obra original y única" (véase recuadro).

Contactar con una galería por internet:

Un ejemplo típico, El Art Tracker (Toulouse)

" (...) No siempre es fácil acceder a las redes existentes, a veces confidenciales y elitistas (...) A partir de esta observación, nació el Art Tracker, arte que ofrece a muchos artistas la oportunidad de exponer su trabajo y ofrecer una amplia gama de estilos: figurativo, arte abstracto, urbano, arte pop, etc.

¿Para quién? Para todos aquellos que buscan diferenciarse sustituyendo sus carteles por pinturas originales y únicas que destacan por la personalización de su interior, oficina, etc. El mercado del arte no se limita a una única élite, se convierte en accesible para todos (...)

¿Por qué? (...) el deseo de autenticidad es un concepto que anima a cada uno a valorizar su interior a través de la adquisición de obras originales a un coste mínimo. Usted tiene la oportunidad de personalizar su entorno y de hacerlo disfrutar a su entorno. Cada obra cuenta con un certificado de autenticidad. (...)"

Fuente: <http://www.trackerdart.com/www/concept.php>

Debido al bajo nivel de los costos de transacción inducidos por el uso de Internet, los artistas pueden ponerse en contacto con galerías ubicadas en todo el territorio nacional y en el extranjero, como la "kunst supermarkt", supermercado del arte vivo en Alemania o Suiza. Este supermercado del arte selecciona a artistas (a través del envío de un CV con la presentación de sus obras características). Al final, de más de 400 propuestas, unas sesenta son seleccionadas generalmente. Los afortunados ganadores, son enviados a Alemania y Suiza a sus propias expensas, presentan unas cuarenta obras de tamaños diferentes (diez por formato). Las obras tienen que estar envueltas en celofán, de acuerdo con el estándar predeterminado por la compañía que proporciona al artista los materiales de acondicionamiento. El precio depende del formato, se proponen cuatro precios: 99 francos suizos, 199 francos, 399 francos y 599 francos. Además, se incluye un certificado de autenticidad firmado por el artista en cada paquete.

Los balances financieros de los artistas que utilizan Internet para construir una red de difusión pueden ser, a veces, equilibrados. Si bien, para poder vivir de su trabajo, y debido a los modestos precios, tienen que jugar con los volúmenes. De hecho, su capacidad para satisfacer una demanda constante y contractualizada es esencial.

Un capital social con una esfera familiar y de amistad

Para numerosos artistas, ya sean autodidactas, de formaciones artísticas o de escuelas de arte sin lazos con instituciones, la entrada en la carrera artística se efectúa apoyándose en una red de proximidad. Según los resultados de la encuesta, los artistas que presentan este perfil tienen una práctica que depende globalmente de un arte decorativo, con una finalidad de decoración de interiores.

Los lazos que unen a estos artistas con el mundo museal e institucional son, en la inmensa mayoría de los casos, inexistentes. Su debilidad se explica fácilmente. Estos artistas, como consecuencia del tipo de formación que siguieron, desarrollan un trabajo tradicional, a diferencia de los principios y valores artísticos que vehiculan las estructuras institucionales. Mientras que el arte presentado en las instituciones es esencialmente un arte de investigación y de transgresión, el arte

practicado por estos artistas depende de la decoración y a menudo muestra una capacidad técnica (Moureau Sagot-Duvaurox 2010, Heinich 1998)¹¹.

Ciertos artistas, por su estatus socioeconómico y su entorno social, poseen en su red relacional (familia, amigos, otros artistas, etc.) vínculos que les abren un acceso al mundo del arte tradicional (cf. Figura 1, caso B1). Por este lazo fuerte¹², la probabilidad de que consigan llamar la atención de un galerista por su trabajo es más elevada que si directamente se hubieran dirigido directamente al responsable de una galería con la que no mantenían a priori ninguna relación (cf. Figura 1, caso B2). Por ello, la entrada de un artista a una galería comercial tradicional es a menudo el fruto de una recomendación de uno de los miembros que pertenece a la red social del artista. A veces, el lazo puede ser todavía más directo, tal es el caso cuando un miembro de la red social del artista le abre una nueva galería y busca nuevos artistas para esta ocasión. En realidad, pocos son los casos en que la entrada a una galería es imputable a un paso autónomo del artista. Según las entrevistas, parece haberse producido una ruptura en esta relación de ventas autónomas en las galerías: mientras que en los años 1950 estas prácticas podían revelarse fructíferas, hoy tales pasos ya no dan lugar a resultados. Apuntemos que los artistas que han sido integrados de modo sostenible en galerías generalmente conocieron un éxito mercantil desde sus primeras exposiciones.

Al igual que los artistas que no tienen una red de amistad, también pueden recurrir a los lugares municipales de exposición para sus primeras exposiciones (cf. Figura 1, caso B3), así como a salones diversos y manifestaciones regionales, siendo directamente aconsejados algunas veces por políticos locales electos. Una variante de esta trayectoria corresponde al caso en que uno de los nodos de la red inicial del artista está constituido por un colectivo de artistas. La fase de principio de carrera difiere entonces un poco (cf. Figura 1, caso B1). En general los colectivos impulsan la difusión de su propio trabajo creando exposiciones puntuales (puertas abiertas de talleres, acontecimientos más o menos efímeros, mercados de artistas, etc.). El carácter irregular de estos acontecimientos generalmente plantea a los artistas un

¹¹ También podemos anotar casos, más raros, de artistas que tienen este tipo de trayectoria aunque tuvieran inicialmente una formación en la escuela de Bellas Artes y dispongan por ello de un capital social artístico que no movilizan más tarde, prefiriendo volverse hacia redes más personales.

¹² Recordemos (cf. supra) que Granovetter (1973) asocia la "fuerza" de los lazos a cuatro criterios: la duración de la relación, la intensidad emocional, la intimidad y los servicios recíprocos entre las personas vinculadas. La inmensa mayoría de los lazos familiares y amistosos están considerados así como lazos fuertes. Los lazos profesionales y las relaciones más distantes son llamados lazos débiles.

problema financiero y es frecuente que durante esta fase una buena proporción de ellos no llegue a vivir más que gracias a asistencias sociales.

Un capital social con dominante institucional

Los artistas regionales cuya carrera se apoya en un capital social con dominante legítimante proponen un arte exploratorio, de investigación, para cuya comprensión un intermediario es frecuentemente necesario (cf Figura 2). Si la mayoría los artistas que se inscriben en este trayecto siguió una formación en la escuela de Bellas Artes, otros se declaran autodidactas pero generalmente se derivan de gente que presenta una proximidad de valores (e.g. teatro).

Entre los que frecuentaron las escuelas de Bellas Artes, los artistas que tienen las carreras "más 'fecundas", en el curso de sus estudios, han tejido lazos con algunos actores claves. Así, el hecho de ser asistente de un artista reconocido, durante, o a la salida de la escuela, le permite al alumno gozar de las redes de esta persona mayor y ser presentado a actores múltiples del mundo del arte (críticos, galeristas, etc.). Le ofrece además la oportunidad de ver se práctica en el 'oficio social' del artista. Por ello, las residencias en el extranjero constituyen un eslabón crucial en las carreras de artistas abriendo nuevas redes, nuevas posibilidades de exposición. Para los artistas que no han gozado de estas oportunidades, los profesores de la escuela son quienes ofrecen los espacios potenciales. La intermediación ofrecida por el director de la escuela de Bellas Artes de Montpellier (el director trabajó en el pasado en casa de Verney Caron) abre así potencialidades de nuevos contactos para los artistas de la escuela. La rapidez con la que un joven talento sepa aprovechar esas para enriquecer su red y salir del territorio se convierte en un elemento que determinará su carrera.

Más allá de la adquisición de técnicas artísticas y del papel de intermediación que tienen, las escuelas de Bellas Artes dan forma al universo profesional del artista dotándolo de códigos, normas y valores que son característicos de este arte 'institucional' y le permiten dirigirse más fácilmente a las personas que forman parte de eso.

Así como lo apuntamos en la introducción de este párrafo, desarrollar su carrera en el seno del mundo institucional no es exclusivo únicamente a los artistas "nacidos" en la escuela de Bellas Artes. Los numerosos artistas autodidactas se sienten más próximos al mundo institucional que al mundo mercantil y desarrollan un paso activo de valorización de su trabajo en el seno del mundo del arte vinculado a las

instituciones. Para hacerlo, venden a las DRAC, FRAC y otros lugares institucionales, responden a las convocatorias y no dudan en efectuar solicitudes de ayuda a la creación. Su presencia regular en las inauguraciones de una exposición de arte, en los lugares asociativos, ha llevado, poco a poco, a los responsables de las estructuras a familiarizarse con ellos, y llegado el caso a que se interesen por su trabajo. La primera eta para ello es una exposición en una galería asociativa, la segunda un lazo con FRAC, o incluso una compra para los más afortunados.

La acumulación de las normas y los valores compartidos en el mundo institucional se vuelve aún más en este caso en una inversión individual del artista. Mientras que en el caso precedente el artista gozaba, a causa de su inserción en la escuela de Bellas Artes, de la enseñanza y del la tutela adaptada, el artista autodidacta debe vender a los miembros de las instituciones para darse a conocer y lo reconozcan. Para hacerlo, se desenvuelve en los lugares de encuentro, adaptándose a los códigos institucionales del medio y enriqueciendo su red institucional. Al final, aunque el azar desempeña un papel importante para la trayectoria de los artistas, para el artista, la oportunidad de exponer su trabajo está en parte ligada a su capacidad de adaptación al mundo institucional y al paso voluntarista que despliega para acumular el capital social artístico.

Capital social y dinámicas de carrera

Pasada la primera inserción en el medio gracias a la acumulación y a la movilización de su capital social ¿cómo proceden los artistas plásticos para dinamizar la continuación de su carrera? Esta cuestión nos interesa tanto si ésta has sido iniciada gracias a Internet, gracias a la movilización de relaciones de amistad o gracias a lazos más institucionales. En cualquier caso, el mantenimiento de una dinámica de contactos no es evidente. Las galerías comerciales regionales se apoyan en el mercado local, y participan poco en las ferias, particularmente extranjeras. La situación es idéntica para los artistas que tienen una trayectoria más institucional. Los artistas deben velar por enriquecer continuamente su capital social e impedir que se deprecie. Es importante especialmente conseguir capturar oportunidades, utilizar los puentes para acceder a nuevas redes. Estos intermediarios reenvían al concepto de los vínculos débiles desarrollada por Mark Granovetter (1973, 1982) que ofrecen un paso estrecho pero muy operacional con destino a otras redes y que permiten acceder a un conjunto más vasto. ¿Cómo proceden los artistas para aprovechar las oportunidades ofrecidas por los lazos débiles y aumentar así la difusión de su trabajo?

Recorrer 'Internet'

El artista que, para paliar su falta de capital social artístico utiliza Internet al principio de su carrera, tiene que continuar compensando esta desventaja inicial en toda su trayectoria. Enfrentados a la dificultad de obtener un reconocimiento artístico directo, no pudiendo exponer más que en lugares poco legitimadores (supermercados del arte, galerías internet, etc.), estos artistas tienen que buscar sustitutos. Algunos intentan consolidar su currículum vitae adhiriéndose al sistema de cotización Drouot. Mediante pago, es posible obtener una cotización, y así, ofrecer una apariencia de certificado de calidad que ofrecer.

Los que tienen las carreras más dinámicas llegan a ser expuestos sosteniblemente en una (o varias) galería, movilizándolo no sólo las redes Internet sino buscando oportunidades en paralelo los lugares físicos de difusión, particularmente las galerías implantadas en lugares turísticos. Si algunos llegan a vivir de su arte, la inmensa mayoría continúa viviendo de otra cosa que de su práctica artística, incluso dejan de pretender practicarla de modo profesional.

Trayectoria fundada en las redes familiares y de amistad.

Los artistas que al principio de su carrera disfrutaron del apoyo de su red familiar y de amistad para penetrar en el mundo del arte generalmente se desprenden más tarde de este primer apoyo. Las primeras exposiciones obtenidas sirven para alimentar su currículum vitae, y son señales de calidad para otros actores. Puede tratarse de agentes de artistas que organizan exposiciones entre particulares o que presentan el trabajo de artistas en salones. También pueden ser galerías que buscan a los artistas que observaron en previas ferias o salones, por contacto directo o procediendo a intercambios con otras galerías. Según los resultados de la encuesta, los casos más frecuentes son en los que las galerías entran en contacto con los artistas directamente, raras son las que mantienen contactos continuos con otras galerías¹³. De forma general, si los artistas reconocen el trabajo aportado por las galerías para desarrollar su mercado en la región, también son conscientes de sus límites, en particular, de su incapacidad para abrirles un mercado nacional y más todavía internacional.

¹³Apuntemos que si bien los artistas, al principio de su carrera, movilizan su capital social para encontrar una galería, en su cumbre son utilizados más tarde para mantener lazos con otras galerías. El artista se convierte en un puente estructural para la galería, i.e. el solo lazo entre dos camarillas (Burt, 2000).

Entonces, frecuentemente, quien ocupa la posición de intermediario es el coleccionista. De modo casi sistemático, en las entrevistas, aparece los artistas pudieron acceder al mercado internacional que gracias a un coleccionista (cf. Figura 1, caso C). Según los casos, se trataba de un turista de vacaciones en casa de un amigo, de un coleccionista extranjero de viaje en la región o de un aficionado extranjero deseoso de abrir su propia galería. La trayectoria de los artistas que no han gozado de esta intermediación permanece en su mayoría muy regional, sólo algunos tienen acceso a las galerías parisinas (papel de la prensa, salones).

No es raro que paralelamente, a estas oportunidades mercantiles, los coleccionistas también ofrezcan a los artistas su propio apoyo financiero. Los coleccionistas son muy a menudo 'patrocinadores'. Numerosos son los artistas encontrados que han sido apoyados por uno, dos, incluso tres o cuatro aficionados coleccionistas que atesoran un número elevado de sus piezas y siguen su trabajo de exposición en exposición. Un coleccionista parisino posee así más de cuarenta piezas de uno de los artistas a los que interrogamos (sin contar una serie de cuarenta y ocho piezas pedidas, una variación efectuada según el estilo del artista alrededor de la temática "el origen del mundo de Courbet", pieza singular).

Trayectoria institucional

Entre los artistas que inicialmente desarrollaron su carrera apoyándose en la red institucional, el riesgo de enclaustramiento es grande si se contentaron con lazos locales. El estudio del currículum vitae de los artistas presentados en la página Web "Artistas" "LR¹⁴" muestra que una proporción no despreciable de ellos volvió a lugares asociativos de exposiciones y no lograron después salir de esta red. La cuestión del paso hacia el exterior del territorio no siempre está bien asegurada y se convierte en el obstáculo mayor y más molesto para numerosos artistas. Un etiquetado institucional regional (incluyendo las galerías asociativas subvencionadas por el DRAC y las colectividades territoriales) tiende a marcar el currículum vitae de los artistas. Cuando presentaba su trabajo a un galerista a una artista le dijeron de este modo "pero usted es muy institucional " aun cuando la naturaleza de su trabajo (pintura, soporte clásico) era conforme a la línea artística defendida por dicha estructura.

¹⁴ Desde la realización de la encuesta, la página web sobre los artistas y la actualidad del arte contemporáneo en Languedoc-Roussillon cesó sus actividades. No obstante los archivos están disponibles en <http://artistesLR.fr>

Hay que subrayar una diferencia fundamental en cuanto al funcionamiento de las galerías parisinas respecto a las que son localizadas en las regiones de Francia. Mientras que en el seno de la capital es común que un artista que exponga en una institución pública sea también representado en las galerías (véase Benhamou et alii, 2001), esta realidad es más rara en las regiones periféricas. La diferencia proviene sin duda del hecho de que las galerías regionales implicadas presentan un arte menos innovador que sus colegas parisinas. Por eso, sintiéndose rechazadas por las instituciones, éstas reaccionan rechazando el trabajo de artistas que hayan sido apoyados por las instituciones.

El capital social acumulado y la experiencia anterior del artista se revelan, en este caso, un obstáculo para proseguir la carrera, ya que crean un efecto de cierre, impidiendo al artista acceder a otras redes más comerciales. A menudo lo que constituye una ventaja en el mercado de trabajo, aparece paradójicamente como un freno para el desarrollo de la carrera artística.

Pero ese no es el único escollo con que se encuentran los artistas que se conforman con una red local, en particular cuando los candidatos a la cabeza de las instituciones locales cambian y cuando los individuos recientemente nombrados reivindican elecciones artísticas distintas de las de sus predecesores. Así pues, las oportunidades antiguas se transforman en barreras y los artistas apoyados por las instituciones locales en otro tiempo se vuelven indeseables. Estos actos son bastante poco sorprendentes ya que mostramos que el capital social estaba vinculado a las relaciones interpersonales que el artista mantiene con los miembros de su red y no a las instituciones que representan.

Para la mayoría, los artistas investigados que a principios de carrera estaba satisfechos con un capital social institucional local se encontraron limitados más tarde. Los artistas cuya trayectoria fue más rica son los que atraparon muy rápidamente las oportunidades de lazos hacia el exterior, en particular gracias a residencias o, como ya ha sido anotado (ver supra) gracias a coleccionistas. La naturaleza de los determinantes relacionales que el artista acumula al principio de su carrera, y más ampliamente su capital social inicial condicionan así en gran parte sus posibilidades de exponer más allá del mercado local, si tal es su deseo.

Conclusión

Disponer de una red relacional es una condición necesaria para el desarrollo de la carrera de un artista, pero dista de ser suficiente. El capital social no es un baza

determinista, también hay que saber enriquecerlo, movilizarlo. Si la capacidad del artista para atrapar, incluso provocar, las oportunidades constituye uno de los aspectos cruciales de las trayectorias comprobadas, el papel jugado por la variable institucional (normas, valores) aparece tanto como esencial, reuniendo en esto los resultados de Becker y sus 'mundos del arte' (2006). El papel jugado en las carreras artísticas por la red relacional parece, en efecto, muy vinculado al tipo de arte practicado (arte de tradición o arte de investigación). Mientras que los intermediarios- escuelas de Bellas Artes, Frac, galerías asociativas, etc. aparecen como cruciales para las trayectorias de los artistas que practican un arte de investigación. Para los artistas que practican un arte de tradición, los intermediarios son mayoritariamente familiares y amigos o incluso lazos virtuales mediante el uso de Internet para paliar una falta de capital social.

Bibliografía

- Becker, Howard (2006). *Les mondes de l'art*. Paris: Flammarion.
- Benhamou, F., Moureau, N. & Sagot-Duvaurox, D. (2001). *Les galeries d'art contemporain en France*. Paris: La Documentation française.
- Bevort, A. & Lallement, M. (2006). *Le capital social : performance, équité et réciprocité*. Paris: La Découverte.
- Blaug, Mark (1985). « Where Are We in Economics of Education? ». *Economics of Education Review*, nº1.
- Bourdieu, Pierre (1980). « Le Capital Social ». *Actes de Recherche en Sciences Sociales I*, nº 31.
- Bourdieu, Pierre (1986). « The Forms of Capital », en *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, J.G. Richards, (éd.), New York : Greenwood Press, pp. 241-258.
- Burt, Ronald (2000a). « The Social Capital of Structural Holes » en *The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field*. De Guillén M.F., New York: Russell Sage Foundation, pp. 148-190.
- Burt, Ronald. (2000b). « The Network Structure of Social Capital » en *Research in Organizational Behavior*, Sutton R.I. y Staw B.M. (éd), Greenwich, Jai Press, pp. 345-423.
- Caillé, Alain (2006). « Le capital social » en Bevort A y Lallement M., *Le capital social: performance, équité et réciprocité*, Paris: La Découverte, pp. 7-17.

- Chwe, Michael (2000). « Communication and Coordination in Social Networks ». *Review of Economic Studies*, n°67.
- Coleman, James (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital ». *American Journal of Sociology*, n°94.
- De Vriese, Muriel. Martin, B.Melin, C.Moureau, N.Sagot-Duvauroux, D. (2011). *Diffusion et valorisation de l'art actuel en région*. Cultures Etudes, DEPS, Ministère de la Culture.
- De Vriese, Muriel. Martin, B.Melin, C.Moureau, N. Sagot-Duvauroux, D. (2011). *Portrait économique des diffuseurs d'art actuel inscrits à la Maison des artistes*. Culture Chiffres DEPS, Ministère de la Culture.
- Forse, Michel (2001). « Rôle spécifique et croissance du capital social ». *Revue de l'OFCE*, n°76.
- (de) Graaf, Paul y Flap, H. (1988). «With a Little Help from my Friends ». *Social Forces*, n°2.
- Granovetter, Mark (1973). «The Strength Of Weak Ties». *American Journal of Sociology*, n°78.
- Granovetter, Mark (1985). «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness ». *American Journal of Sociology*, n° 3.
- Grossetti, Michel y Barthe, J-M. (2008). «Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises». *Revue française de sociologie*, n°3.
- Heinich, Nathalie (1998). *Le triple jeu de l'art contemporain*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Heinich, Nathalie (1993). *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Heinich, Nathalie (1996). *Etre artiste. Les transformations du statut des peintres et des sculpteurs*. Paris: Klincksieck, collection Etudes.
- Heinich, Nathalie (1992). *La gloire de Vang Gogh*. Paris: Les éditions de Minuit.
- Lin, N. (1995). «Les ressources sociales: une théorie du capital social». *Revue Française de Sociologie*, n°4.
- Liot, Françoise (2004). *Le métier d'artiste*. Paris: l'Harmattan.

- Martin, Bénédicte (2005). *L'Évaluation de la qualité sur le marché de l'art contemporain. Le cas des jeunes artistes en voie d'insertion*. Thèse de Doctorat, Université de Paris X-Nanterre.
- Menger, Pierre-Michel (2009). *Le travail créateur*. Paris: Gallimard, Seuil.
- Menger, Pierre-Michel (1998). *La profession de comédien*. Paris: La documentation française.
- Mercklé, Pierre (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris: La Découverte.
- Michaud, Yves (2007). *L'artiste et les commissaires*. Paris: Hachette Pluriel.
- Michinov, Estelle (2001). «L'attraction interpersonnelle: un concept en évolution». *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, n°50.
- Moulin, Raymonde (1992). *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion.
- Moulin, Raymonde (1986). «Le marché et le musée, la constitution des valeurs artistiques contemporaines». *Revue française de sociologie*, n° 3.
- Moureau, Nathalie y Sagot-Duvaurox, D. (2010). *Le marché de l'art contemporain*. Paris: La Découverte.
- Michinov, Estelle y Monteil, J.M. (2003). «Attraction personnelle et Attraction sociale : Lorsque la saillance catégorielle annule la relation similitude-attraction». *Canadian Journal of Behavioural Science*, n°35.
- Ponthieux, Sohpie (2003). «Que faire du capital social ». *Document de travail de la Direction des Statistiques Démographiques et Sociales, INSEE*.
- Portes, Alejandro (1998). «Social Capital: it's Origins and Applications in Modern Sociology». *Annual Review of Sociology*, n°24.
- Putman, Robert (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- White, Harrison. Y White, C. (1991). *La carrière des peintres au XIXème*. Paris: Flammarion.
- Zenou, Benoit (2009). *Le capital social comme un potentiel d'interaction coopérative: le cas des relations intergénérationnelles familiales*. Thèse de doctorat Université Montpellier I, LASER – CEP.