

Jóvenes creativos

Estrategias y redes culturales

Néstor García Canclini
Ernesto Piedras Fera
(coordinadores)

Alejandro Arriaga • Verónica Gerber • Iliria Hernández • Enedina Ortega
• Carla Pinochet • Ariadne Rivera • Gonzalo Rojon



. 3. C73

Néstor García Canclini es profesor distinguido en la Universidad Autónoma Metropolitana de México e investigador emérito del Sistema Nacional de Investigadores de México. Ha sido profesor en las universidades de Austin, Duke, Stanford, Barcelona, Buenos Aires y Sao Paulo. Obtuvo la beca Guggenheim, el Premio Casa de las Américas y el Book Award de la Latin American Studies Association por *Culturas híbridas*, considerado en 1992 el mejor libro sobre América Latina. Entre sus obras destacan también *La globalización imaginada*; *Diferentes, desiguales y desconectados*; *Mapas de la interculturalidad*, y *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*, traducidas al inglés, portugués, francés, italiano y coreano.

Ernesto Piedras Fera es economista (ITAM-London School of Economics), director general de Nomismæ Consulting (www.nomismae.net), dedicada al análisis de la economía de la cultura y la creatividad. Es académico y autor de diversos libros sobre la contribución económica de las industrias culturales, así como de mercado y regulación de las telecomunicaciones.





Jóvenes creativos
Estrategias y redes culturales

Biblioteca de Alteridades 26



Casa abierta al tiempo

Rector General
Enrique Fernández Fassnacht

Secretaría General
Iris Santacruz Fabila

Coordinador General de Difusión
Carlos Ortega Guerrero

*Director de Publicaciones
y Promoción Editorial*
Bernardo Ruiz

Subdirectora de Publicaciones
Laura González Durán

*Subdirector de Distribución
y Promoción Editorial*
Marco Moctezuma

UNIDAD IZTAPALAPA

Rector
Javier Velázquez Moctezuma

Secretario
Óscar Jorge Comas Rodríguez

*Director de la División de Ciencias
Sociales y Humanidades*
J. Octavio Nateras Domínguez

*Jefe del Departamento
de Antropología*
Pablo Castro Domingo

Asistente Editorial
Norma Jaramillo Puebla

Jóvenes creativos

Estrategias y redes culturales

Néstor García Canclini
Ernesto Piedras Fera
(coordinadores)

Alejandro Arriaga Vargas
Verónica Gerber Bicecci
Iliria Hernández Unzueta
Enedina Ortega Gutiérrez
Carla Pinochet Cobos
Ariadne Rivera Aguirre
Gonzalo Rojon González



Descubrir el mundo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Iztapalapa



Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa/División de Ciencias Sociales y Humanidades/
Departamento de Antropología
Juan Pablos Editor

México, 2013

BF721.3.073

168

2013

Este libro se realizó con apoyo del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes a través del Programa de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales 2011-2012.

Jóvenes creativos : estrategias y redes culturales / Néstor García Canclini y Ernesto Piedras, coordinadores. -- México : Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa : Juan Pablos Editor, 2013.

210 p. : ilustraciones ; 14 x 21 cm.

ISBN: 978-607-477-921-9 UAM

ISBN: 978-607-711-129-0 Juan Pablos Editor

I. Aptitud creadora – Jóvenes I. García Canclini, Néstor, coordinador, II. Piedras, Ernesto, coordinador. III. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

HQ799.95 J68

Primera edición, 2013-02-13

Distribución mundial

Imagen de portada: Daniel del Río

D.R. © 2013, Universidad Autónoma Metropolitana
Prolongación Canal de Miramontes 3855
Ex Hacienda San Juan de Dios
Delegación Tlalpan, 14387, México, D.F.

Unidad Iztapalapa/División de Ciencias Sociales y Humanidades/
Departamento de Antropología
Tel. (55) 5804 4763, (55) 5804 4764 y fax (55) 5804 4767
<antro@xanum.uam.mx>

D.R. © 2013, Juan Pablos Editor, S.A.
2a. Cerrada de Belisario Domínguez 19, Col. del Carmen,
Del. Coyoacán, México 04100, D.F.
<imprejuan@prodigy.net.mx>

ISBN de la obra: 978-607-477-921-9 UAM

ISBN de la obra: 978-607-711-129-0 Juan Pablos Editor

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada o transmitida, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma y por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de los editores.

Impreso en México/*Printed in Mexico*

Juan Pablos Editor es miembro de la Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes (AEMI)
Distribución: TintaRoja <www.tintaroja.com.mx>

ÍNDICE

Introducción. Jóvenes creativos trabajando en red: una visión multidisciplinaria <i>Néstor García Canclini</i>	9
Estrategias creativas y redes culturales para el desarrollo <i>Ernesto Piedras Feria, Gonzalo Rojon González, Alejandro Arriaga Vargas y Ariadne Rivera Aguirre</i>	23
Economías creativas y economías domésticas en el trabajo artístico joven <i>Verónica Gerber Bicecci y Carla Pinochet Cobos</i>	129
Jóvenes <i>techsetters</i> y emprendizaje en el contexto de la economía creativa <i>Enedina Ortega Gutiérrez</i>	155
Jóvenes creativos. Una lectura desde la equidad de género <i>Iliria Hernández Unzueta</i>	179



Introducción

Jóvenes creativos trabajando en red: una visión multidisciplinaria

Néstor García Canclini*

No se sabe bien cómo hablar hoy de los jóvenes. ¿"Ninis" porque no estudian ni trabajan? Como otras calificaciones negativas, en vez de definir por lo que se es, revelan la dificultad de los adultos para comprender los procesos nuevos en los que sólo perciben carencias o rechazos de lo que se ha venido considerando como normal.

¿Es sustentable esa otra imagen, tan reiterada, de que los jóvenes son apáticos y se han despolitizado, e incluso que tendrían poco interés en transformar la sociedad por medio de movimientos políticos no partidarios, porque sólo les atraen los ocios televisivos, los festivales de música y las pantallas digitales? Como si los jóvenes tuvieran el monopolio del descreimiento hacia los partidos y los gobiernos y el descenso de la militancia política no fuera un fenómeno extendido en todas las clases y edades. Una mirada renovada sobre este lugar común la ha dado en 2012 el movimiento #Yosoy132 al declarar "no somos apolíticos; somos apartidarios". Pero ahora deseamos explorar otra vía de análisis.

Lo que está sucediendo es mucho más que este lugar común: a los jóvenes les es difícil conseguir empleo y, a la vez, sorprenden por su uso fluido de las tecnologías recientes. Sin duda, como lo han documentado varios estudios en América Latina, es una paradoja del desarrollo que los jóvenes tengan hoy un mayor nivel educativo que las generaciones precedentes, en promedio más años de escolaridad, una formación más amplia, y menor acceso al empleo que en otros tiempos,

* Profesor distinguido de la Universidad Autónoma Metropolitana e investigador emérito del Sistema Nacional de Investigadores de México.

duplicando o triplicando los índices de desocupación de sus padres (Hopenhayn, 2008). Pero lo que nos asombra no acaba aquí. En medio de condiciones laborales más inciertas, ellos logran crearse empleos, innovan en los modos de agruparse y construir redes. Sobre todo, quienes desempeñan actividades creativas, como músicos, artistas visuales y editores independientes.

De 2010 a 2012 hemos venido estudiando las estrategias de los jóvenes en estas tres actividades en la ciudad de México. Registramos múltiples programas y formas de colaboración colectiva realizados fuera de las instituciones tradicionales y de los mercados culturales establecidos. ¿Estamos transitando de las industrias culturales a una economía creativa? ¿Se está reduciendo el papel dominante de las galerías y los museos? ¿El tiempo de los libros en papel y los discos está cediendo ante el avance del arte público, las instalaciones y los festivales, la comunicación en red y las descargas digitales?

UN HORIZONTE DIFÍCIL DE ABARCAR

Un primer obstáculo para responder estas preguntas es la falta de estadísticas consistentes acerca de los creadores, los públicos culturales y los movimientos de las industrias de la comunicación. No son suficientes los estudios de *rating* sobre lo que se ve y se consume hoy. Necesitamos, por ejemplo, registros cuantitativos de las relaciones entre egresados de licenciaturas artísticas en universidades y desempeños profesionales, conocer la estructura de la oferta cultural confrontada con los hábitos de consumo de la población. ¿Cómo analizar entonces un OCNI, un objeto científicamente no identificado?

A través de las observaciones de campo nos percatamos que un buen número de artistas, editores y músicos, ensayaban modos no convencionales de situarse en un paisaje cultural y socioeconómico en transformación. Así lo evidencia el crecimiento de un tipo peculiar de trabajadores, ni asalariados ni plenamente independientes. Trabajan en proyectos de corta duración, sin contratos o en condiciones irregulares, pasando de un proyecto a otro, sin llegar a estructurar carreras profesionales. Con frecuencia, movilizan sus competencias y

su creatividad en procesos cooperativos, cada vez diferentes. Deben adaptarse a clientes o encargos diversos, a la variación de los equipos con los que trabajan, al distinto significado que adquieren los oficios artísticos y culturales en escenas diferentes. Los limitados ingresos y la fragilidad de sus desempeños los obligan a combinar las tareas creativas con actividades secundarias.

Conocíamos unos pocos estudios de jóvenes semejantes, que en Estados Unidos, Gran Bretaña y otros países son llamados *trendsetters* por su capacidad de marcar tendencias; en Bélgica, España y Francia se nombran *emprendedores* por el modo de autoorganizarse al margen de las instituciones y grandes empresas, y en Francia se les dice *intermitentes*, aludiendo a la “discontinuidad continua” en la que se suceden “compromisos y proyectos” (De Heusch *et al.*, 2011; Florida, 2010; McRobbie, 2007; Rowan, 2010).

Pero en México no existen, como en esos países europeos, censos de artistas o músicos, ni estadísticas que capten sus nuevos procesos creativos o cómo se organizan para crear y difundir sus trabajos, en parte a través de redes digitales. Esta carencia, y la falta de una teoría o narrativa que proporcione una visión sólida del lugar de las artes en la estructura social, no permiten usar hoy un método deductivo que, en un mundo más estabilizado, derivaba de las estructuras de clase o educación el sentido de las acciones personales. Nos dedicamos, entonces, a estudiar cómo los sujetos desarrollan sus tareas como actores-en-red, en redes múltiples y combinadas, las cuales van eligiendo o ensamblando según sus necesidades. En la dirección propuesta por Bruno Latour, rastreamos las asociaciones, los modos de construir agencia y dirimir conflictos. Seguir a los actores en red no es optar por el punto de vista de los individuos en lugar de las estructuras, sino tomar en serio la relativa libertad de innovación de los actores.

Los procedimientos empleados fueron el seguimiento etnográfico y las entrevistas en profundidad. Elegimos a los entrevistados mediante la técnica de la bola de nieve, para detectar figuras clave en las artes visuales, las editoriales independientes y las prácticas musicales y digitales en la Ciudad de México. Buscamos conocer sus descripciones de la creatividad, los nuevos tipos de trabajo y modelos de negocio, las redes en que se inscriben o que inventan. Así detectamos sus activi-

dades y lugares de inserción, identificamos a los protagonistas o figuras de referencia. Delimitamos, de este modo, una muestra discreta y representativa, no sólo de los sujetos sino también de los vínculos que les confieren significado y valor. Obtuvimos para cada una de las áreas mencionadas mapas de los actores más reconocidos por los pares, espacios de formación y desempeño profesional, eventos o escenas, proyectos y centros culturales sobresalientes. En las entrevistas con los individuos o grupos seleccionados conocimos sus trayectorias y experiencias en inauguraciones, ferias, conciertos, festivales y comportamientos cotidianos.

Los resultados de esta etapa de investigación acaban de ser publicados en dos libros: *Cultura y desarrollo: una visión crítica sobre los jóvenes* (Buenos Aires, Paidós, 2012) y *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales: prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música* (Madrid-Barcelona, Ariel/Fundación Telefónica/Universidad Autónoma Metropolitana, 2012). Este último volumen incluye, además de una parte del estudio en la Ciudad de México, la investigación de temas semejantes realizada en Madrid por un grupo de antropólogos de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, coordinado por Francisco Cruces. Mediante seminarios conjuntos de los equipos de investigadores de ambas ciudades, fuimos comparando los resultados, el tipo de cambios que manifestaban los comportamientos de los jóvenes respecto de la historia cultural y social, y elaboramos en colaboración los dilemas metodológicos.

La reorientación de las formas de trabajo en las nuevas generaciones presenta analogías con lo que se llaman, desde hace años en el mundo anglosajón, “economías creativas” y “ciudades creativas”. ¿Serán los individuos por sí solos capaces de superar las contradicciones del capitalismo si tienen suficiente iniciativa, capacidad de asociación, mucha sintonía con las tecnologías avanzadas, y pueden posicionarse en lugares privilegiados? Las trayectorias examinadas de sujetos que cumplían esos requisitos aparecen en ambas ciudades como combinación de comportamientos innovadores, a veces con desempeños brillantes y alta dosis de precariedad, inestabilidad, dificultades para vivir permanentemente en el proyecto y nunca tener y/o consolidar una carrera profesional.

Al terminar este trabajo, de tipo más bien antropológico, nos preguntamos cómo dimensionar el alcance de ese universo observado “desde abajo”, cómo situarlo en el conjunto de la producción cultural de México. ¿Son los emprendimientos independientes de estos pequeños grupos alternativas al desempleo de los jóvenes, aunque sea dentro del sector cultural? ¿Cómo se combinan los ingresos, la creación de nuevas cadenas de valor (económico y simbólico) con los modos tradicionales, institucionales o empresariales de desarrollo de la cultura?

Pedimos entonces a Ernesto Piedras, autor del primer estudio mexicano sobre economía del conjunto de las industrias culturales, *¿Cuánto vale la cultura?* (México, 2004), que usara sus herramientas para caracterizar el universo de los jóvenes creadores.

Con el equipo de economistas con el que viene trabajando bajo el nombre de Nomismæ, S.C., Ernesto Piedras elaboró el informe que inicia este volumen. Partió de las preguntas formuladas por los autores de la investigación etnográfica; una vez teniendo esos primeros resultados, buscó conocer las condiciones de trabajo de los jóvenes creadores entre 18 y 35 años, sus modos de organización, las relaciones con instituciones y empresas, los financiamientos, los usos de tecnologías y sus posiciones sobre la propiedad intelectual, así como sus expectativas hacia el futuro. Abarcaron los campos de las artes visuales, la creación multimedia, los editores independientes, la música y el cine.

El estudio logró situar las experiencias y dificultades de los y las jóvenes creadores en sus trabajos, en comparación con los niveles de ocupación de la población general de la capital mexicana en la misma edad. ¿Cuánto influye el nivel de escolaridad, el género y el acceso a fuentes de financiamiento en cada una de las actividades exploradas? ¿Cómo están cambiando la viabilidad de sus emprendimientos independientes y la comunicación con los públicos? ¿Mejoran sus ingresos en los distintos campos al utilizar las tecnologías digitales? ¿Qué porcentaje de sus recursos económicos provienen de becas y apoyos públicos o privados a la producción, ayudas nacionales e internacionales o incluso familiares? Como se verá al leer los resultados de esta investigación, contamos ahora con una cuantificación precisa de estos rubros.

La utilización de los dispositivos tecnológicos por parte de los jóvenes aparece claramente diferenciada en los artistas visuales, los editores, los músicos, los cineastas y los productores multimedia. El uso de sitios y blogs es muy valorado para obtener información y recursos, difundir sus obras e interactuar en red. ¿Twitter, Facebook, Google, Myspace o Flickr? La naturaleza de los trabajos y las prácticas creativas inclina en diferentes grados las preferencias. Las tecnologías de información y comunicación (TIC), coinciden todos, potencian la creatividad y facilitan las dinámicas de trabajo colectivo; al mismo tiempo, algunos creadores entienden que ponen en riesgo los derechos de propiedad intelectual.

En una ciudad como la de México, donde el sector cultural aporta aproximadamente 9% del PIB, es indispensable conocer cómo se comporta cada área productiva y en qué direcciones está moviéndose la innovación. No sólo para estimular las inversiones económicas, sino para reorientar las políticas públicas con mejor rendimiento y evaluar si la educación está formando (como evidentemente no ocurre) para impulsar el desarrollo en sus condiciones actuales. Los resultados del presente estudio muestran un deficiente aprovechamiento de la potencialidad productiva de los jóvenes.

QUÉ SABEMOS DESDE LA ANTROPOLOGÍA, QUÉ SABEMOS DESDE LA ECONOMÍA DE LA CULTURA

Tres seminarios conjuntos del equipo inicial de la investigación con el grupo de economistas de la cultura nos permitieron discutir tanto las preguntas para la nueva etapa documentada en este libro, como la consistencia de los resultados y las interpretaciones alcanzadas por los dos estudios anteriores. A partir del informe sobre la economía de las prácticas culturales de los jóvenes, cuatro investigadoras que participaron en el trabajo etnográfico de la primera etapa escribieron tres textos comentando los nuevos materiales. De manera que este libro ofrece, a la vez, una visión con varias perspectivas sobre lo que está sucediendo en las prácticas creativas de los jóvenes y sobre la experiencia compleja que implica el trabajo transdisciplinario.

La interdisciplina ya había estado presente en el primer grupo de investigadores porque la consideramos necesaria para aprehender las condiciones *sociales* de las prácticas *artísticas*, para valorar los saberes producidos por los propios creadores e incluir a artistas y productores en el equipo de estudio. Encontramos que varios artistas, por su lado, ante la crisis de las formas tradicionales de producción, circulación y recepción del arte, se hacían preguntas sobre la organización social de las actividades culturales y construían hipótesis para salir de las dificultades. Esta combinación de perspectivas está presente en la lectura que Carla Pinochet Cobos —antropóloga— y Verónica Gerber Bicecci —artista visual y escritora— hacen de los resultados del estudio socioeconómico ofrecido por Nomismæ. Su material cualitativo les ayuda a cuestionar qué alcance puede tener en las artes visuales el analizarlas como “industria” creativa, en qué sentido las ocupaciones y los emprendimientos de estos creadores son cuantificables. Ciertas producciones son remuneradas, algunas se insertan en el mercado, participan en ferias comerciales de arte y estimulan circuitos urbanos de turismo cultural. Pero cuando se presta atención al carácter cualitativo de las experiencias creativas, a los espacios de convivencia, colaboración y participación comunitaria, se vuelven significativas las prácticas no retribuidas que proporcionan satisfacciones y crean sentido. El mundo artístico exhibe índices de subempleo y precariedad semejantes a los del conjunto de la población joven de la Ciudad de México; sin embargo, aunque los modos de resolver las necesidades económicas, como la obtención de salarios y el consumo material, están sometidos a presiones de inestabilidad y a exigencia de trabajar en “lo que aparece”, sus maneras de organizarse, los usos de las tecnologías y los intercambios de bienes e información confieren a los artistas una mirada peculiar sobre el presente y el futuro. Encontramos así, que no coinciden completamente lo que ocurre en la economía creativa, el nivel micro de las economías domésticas y las lógicas grupales e individuales.

Las innovaciones tecnológicas en los procesos culturales representan la mayor alteración en los vínculos entre economía y cultura. Reconversión digital de las empresas; los cambios tecnológicos en las maneras de producir y circular los libros, en el diseño gráfico e in-

dustrial; la organización reticular del trabajo, así como la emergencia de nuevas profesiones y caídas de otras, son algunos de los cambios que asignan protagonismo a los jóvenes *techsetters*. El lugar, en apariencia privilegiado, que ocupan estos jóvenes con alto nivel educativo y destrezas apropiadas para los actuales modos de trabajo y negocio no los libra de compartir con el resto de la juventud la falta de contratos laborales y salario fijo, de prestaciones sociales y seguridad más allá del corto plazo. No obstante, escribe Enedina Ortega Gutiérrez, su uso fluido de las redes les habilita un universo de conexiones donde reciben valoraciones singulares, son requeridos por *coolhunters* y les permiten disfrutar cierta autonomía en la elección de sus tareas y la distribución de su tiempo. Su versatilidad para cruzar fronteras disciplinarias y entornos culturales desorganiza las categorías habituales de los estudios cuantitativos. No basta, por ejemplo, saber cuántos disponen de internet en casa (en la Ciudad de México, 42.3%); hay que averiguar cuántos tienen acceso en otras escenas (amigos, cafés-internet, escuelas) y cuáles son las diferentes lógicas de uso: qué temas o páginas les interesan y para qué necesidades profesionales, de asociación o de juego las utilizan. En cuanto al futuro, apenas existe, a corto y mediano plazos: sólo la mitad de los jóvenes universitarios han escuchado hablar de las Afores o piensa en el retiro laboral. En su balance, la autora de este artículo concluye que los jóvenes *techsetters*, quienes actúan “desde su creatividad individual y cultura participativa”, construyen “un momento instituyente” en la sociedad mexicana. Pero el bono demográfico y digital que representa esta masa de jóvenes queda como algo difuso en una sociedad donde se deja la innovación a las empresas privadas, sin una política digital, sin una agenda estatal y una legislación que canalicen la acción crítica de los movimientos ciudadanos.

Si casi no tenemos estadísticas sobre la participación de los jóvenes en las llamadas industrias creativas, la información es inexistente respecto de los porcentajes de hombres y mujeres. Las cifras obtenidas por Nomismæ evidencian un desequilibrio de género, o más precisamente una inequidad, como lo expresa Iliria Hernández Unzueta: las principales galerías de la Ciudad de México han exhibido alrededor de 80% de hombres contra 15 a 22% de mujeres. Otros lugares, como los

museos y las publicaciones especializadas, donde se manifiesta ese requisito básico para la resonancia del trabajo artístico que es la visibilidad, otorgan también lugares disparejos. Una mirada más prolija a los datos, la cual desglosa el reconocimiento de hombres y mujeres en distintas fases del trabajo artístico, revela que entre los jóvenes predominan los varones en las exposiciones de obras, mientras las mujeres aparecen en labores de enseñanza y gestión: pareciera haber una representación femenina más elevada en los servicios educativos y aun en la dirección de museos que en los programas de las muestras. El hombre es el que "tiene el lugar para hablar", dice una entrevistada, en tanto a las mujeres se les encarga "la administración del hogar" del arte. También las diferencias de edad son indicativas: la cantidad de mujeres muy jóvenes dentro del mundo artístico suele ser alta hasta los 24 años, luego se reduce y vuelve a incrementarse hacia los 34 años. Como muestra Hernández Unzueta, estas primeras cifras en México se asemejan a las de países donde la desigualdad de género ha sido más estudiada en las artes, como sucede en Australia.

Ya sabemos, por los estudios de Ernesto Piedras en México y por investigaciones de economía de los bienes simbólicos en otros países (Thorsby, Tolila), que la economía de la cultura avanza mejor cuando analiza las empresas formales que pagan impuestos y circulan sus bienes en espacios convencionales. El paisaje se desdibuja cuando se trata de abarcar la economía sombra, que se extiende en los senderos difusos del trabajo informal, la llamada piratería, e incluye también muchas actividades laborales cumplidas en "negro" o tercerizadas por las grandes empresas. Poco de esto aparece en los censos económicos.

Cuando faltan las estadísticas, los registros contables y las constancias de impuestos, los economistas nos dicen que deben recurrir a "la percepción que los creadores tienen acerca del mercado". En cierto modo, regresar a la antropología: pedir a los actores que describan su entorno laboral, sus redes, el uso del tiempo, para qué emplean las tecnologías de información y comunicación.

¿La interdisciplina será entonces ese lugar donde las limitaciones de unas ciencias se arreglan con los recursos de las otras? Hasta cierto punto funciona la antigua metáfora de la red: si con la que yo tengo sólo puedo captar un tipo de peces, veamos si la del vecino, que tiene agu-

jeros con otro diseño, captura más. Pero lo más fecundo es construir juntos un espacio entre disciplinas, o mejor transdisciplinarios, que no las conecte externamente sino que las involucre desde su trama interna, desde lo que saben, lo que suponen, lo que les resulta abismal dentro de su propio proyecto.

Doy un ejemplo. En una primera lectura de la encuesta que realizó a jóvenes creadores, el grupo de economistas con el que trabajamos en México vio con asombro que gran parte de lo producido no respondía a una demanda social, que casi todos los artistas visuales, editores independientes, músicos y artistas multimedia no recibían, de sus actividades creativas, ingresos suficientes para sobrevivir y obtenían la mayor parte de sus recursos económicos de otras actividades. Concluyeron, por tanto, que sus prácticas artísticas eran “como un *hobby*”. Las entrevistas en profundidad y la observación de la gran cantidad de tiempo y entusiasmo dedicados por los artistas jóvenes nos llevaba, a los antropólogos, a percibir sus actividades creativas como centrales en sus vidas. Una relectura de los datos de la misma encuesta llevó a los economistas a valorar que en las tareas con las que los jóvenes complementaban sus ingresos — docencia, gestión cultural, publicidad, diseño gráfico o digital, edición de textos e imágenes — ejercitaban su “capital humano”, capital educativo, tecnológico y vinculante, como la construcción de redes, que potenciaban sus emprendimientos independientes. Si bien en la encuesta los entrevistados dicen que no superan 23% los ingresos provenientes de sus actividades creativas, las otras tareas realizadas, por ejemplo por un artista visual cuando se desempeña como empleado en la edición de video, cine o publicidad, adquieren sentido económico, simbólico y estético por sus conexiones con su proyecto personal. Los antropólogos aprendimos a relativizar la importancia asignada por los artistas a su zona creativa dentro de la lógica socioeconómica, en tanto los economistas descubrieron en su información cuantitativa lecturas cruzadas que modificaban el sentido de ciertas cifras.

Las actividades creativas, la flexibilidad y la precariedad de su inserción social son difícilmente aprehensibles por una sola disciplina. Necesitamos datos cuantitativos firmes, recolectados de forma siste-

mática y por periodos prolongados; a la vez, la singularidad y ambivalencia de los trabajos estéticos requieren la descripción etnográfica, cualitativa, las historias de vida y la captación densa de hechos que incluyen varios sentidos. Parcialmente, los comportamientos de los artistas visuales, los músicos, las editoriales y las redes digitales forman parte de lo que puede llamarse economía creativa. Pero la capacidad autogestiva de las generaciones jóvenes, sus innovaciones en los procedimientos de producción y comunicación, descarga y transmisión, apunta hacia una reconfiguración de las formas de organización de los movimientos culturales que trasciende los órdenes sedimentados de las instituciones y las empresas.

Fue significativo, al entrevistar a los jóvenes trendsetters, techsetters, emprendedores o prosumidores, que hablaban mucho menos críticamente de las instituciones o industrias creativas que sectores de anteriores generaciones interesados en ser vanguardia transformadora de sus campos. Se referían, más que a formas institucionalizadas, a "escenas," "entornos," "circuitos" o "plataformas". Son nociones más abarcadoras y flexibles, donde importa menos la consolidación o el cambio de estructuras que el aprovechamiento de recursos diversos, de fuentes múltiples.

Esperamos que esta reunión de datos cuantitativos y cualitativos sobre procesos socioculturales, tan dinámicos como poco estudiados, sirva para revitalizar el desarrollo cultural en México. No parece posible reformular las políticas en estos campos con la escasa investigación disponible sobre los comportamientos de productores, mediadores y públicos, ni limitándose a una sociología de la cultura aplicada a las instituciones públicas y los mercados empresariales. Los jóvenes no sólo están respondiendo a la exclusión de los espacios laborales, sino proponiendo en sus redes y actuaciones modos multifocales de crear, difundir y acceder; de agruparse y volver accesible lo que se produce en el propio país y en el mundo. El conocimiento que estamos alcanzando sobre sus desempeños no permite calificar como apatía su desinterés hacia el orden injusto, o el desorden, que los deja afuera. Más bien, sugiere la necesidad de renovar las acciones y programas culturales de acuerdo con los modos emergentes de sociabilidad y creatividad.

BIBLIOGRAFÍA

DE HEUSCH, Sara; Anne DUJARDIN

y Héléna RAJABALY

- 2011 "L'artiste entrepreneur, un travailleur au projet", en *L'artiste un entrepreneur?*, Collectif sous la Direction du Bureau d'Études de SMartBe, Bruselas, Les Impression Nouvelles/SMartBe.

FLORIDA, Richard

- 2010 *The Great Reset: How New Ways of Living and Working Drive Post-Crash Prosperity*, Nueva York, Harper Collins.

- 2002 *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Nueva York, Basic Books.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Maritza URTEAGA CASTRO POZO
(coords.)

- 2012 *Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes*, Madrid, Fundación Carolina/UAM/Paidós.

———, Francisco CRUCES y Maritza URTEAGA

- 2012 *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*, Madrid, Fundación Telefónica/Ariel/UAM.

HOPENHAYN, Martín

- 2008 "Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana", en *Pensamiento iberoamericano. Inclusión y ciudadanía: perspectivas de la juventud en Iberoamérica*, núm. 3, 2a. época, revista bianual.

LATOUR, Bruno

- 2008 *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires, Manantial.

MCROBBIE, Angela

- 2007 *La "losangelización" de Londres: tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña*, en <<http://eipcp.net/transversal/10/20/macrobbie/es/pm>>, consultado el 20 de junio de 2011.

Piedras, Ernesto

2004 *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, Conaculta/Caniem/Sogem/SACM.

2012 Encuesta "Estrategias creativas y redes culturales para el desarrollo", México, Nomismæ, S.C.

ROWAN, Jaron

2010 *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*, Madrid, Traficantes de Sueños.

THROSBY, David

2011 "Cultura, economía y desarrollo sustentable", en *Cultura, oportunidad de desarrollo*, Santiago, CNCA.

_____ y Anita ZEDNIK

2010 *Do you Really Expect to get Paid? An Economic Study of Professional Artists in Australia*, en <www.australiacouncil.gov.au/artistcareers>.

TOLILA, Paul

2007 *Economía da cultura*, Sao Paulo, Editora Iluminuras.



Estrategias creativas y redes culturales para el desarrollo

Ernesto Piedras Feria, Gonzalo Rojon González,
Alejandro Arriaga Vargas y Ariadne Rivera Aguirre

INTRODUCCIÓN: LA CREATIVIDAD COMO RECURSO ECONÓMICO

Se denomina “economía de la cultura y la creatividad” a aquella actividad económica cuyo insumo esencial es precisamente la creatividad es vista como una materia prima que detona toda una cadena de valor. Un insumo que opera en flujo, esto es, que se genera día a día, en contraste con los acervos patrimoniales.

Este sector económico de la cultura y la creatividad comprende un conjunto de unidades productoras de bienes y servicios culturales, incluidas las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, ya sea de capital privado o bien gubernamental, cuyo principal insumo es la creatividad. Incluye también a las bellas artes (música, pintura, danza, escultura, etcétera), el patrimonio cultural material e inmaterial, los museos, las artesanías y el entretenimiento (cine, radio, televisión), las tradiciones, la gastronomía y otros más de lo que nos caracteriza y da personalidad social.

Es en este contexto económico donde se identifican argumentos suficientes para caracterizar a la cultura como un sector productivo y rentable, con un enorme potencial para contribuir en el crecimiento de nuestro país, estados y municipios.

México posee una rica variedad de industrias creativas y, por lo tanto, cuenta con el potencial necesario para generar crecimiento a partir

del impulso de las mismas. Este documento de investigación es un ejercicio de análisis y medición del estatus laboral de los jóvenes creadores o *trendsetters* en el Distrito Federal, y tiene como finalidad conocer la forma en la cual se produce obra artística. Asimismo, pretende conocer los principales obstáculos que enfrentan los jóvenes creadores en la entidad.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) sostiene que la economía creativa “es un concepto emergente que trata con la creatividad, la cultura, la economía y la tecnología en el mundo contemporáneo dominado por las imágenes, los sonidos, los textos y los símbolos” (UNCTAD, 2010). A partir de esta definición, este análisis busca contribuir a la comprensión de la producción de arte en la Ciudad de México.

Para vislumbrar las oportunidades y limitaciones con las que cuentan los jóvenes creadores, en el presente estudio se utilizaron los datos del Censo Económico 2009 y se diseñó una encuesta que compensa los faltantes de información en fuentes oficiales acerca de las condiciones laborales de los jóvenes creadores y la percepción sobre su situación laboral.

Por lo que toca al objetivo principal del estudio, se puede afirmar que aporta información cualitativa y cuantitativa robusta, así como resultados sólidos que permitirán a las instituciones de arte y cultura (públicas y privadas) asignar de manera óptima sus recursos, buscando que sean los creadores los principales beneficiarios de una política cultural dinámica e informada en la que se considere la realidad que enfrentan.

En la primera parte del presente estudio se plantean los objetivos de la investigación, así como un análisis descriptivo sobre la situación actual de las industrias culturales en el Distrito Federal. Más adelante se profundiza en las condiciones laborales, los mecanismos de producción, la percepción y las expectativas de los jóvenes creadores también en el Distrito Federal. Por último, se presentan las principales conclusiones del documento. En los anexos se encuentra la información sobre el marco institucional, el marco legal del objeto de estudio y la encuesta que se aplicó.

OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo central de esta investigación es presentar una inspección analítica y propositiva, enfocada en la forma en que los jóvenes creadores financian, dirigen, administran, organizan y difunden su producción artística.

El presente estudio pretende conocer las características específicas del mercado del arte: la forma en que los distintos sectores se involucran en el desarrollo artístico del Distrito Federal; la importancia de la aglomeración de industrias en esta entidad, el cambio en las relaciones laborales y el empleo temporal; los usos que los jóvenes creadores le dan a las tecnologías de información y comunicación (TIC); las condiciones laborales, prestaciones y formalidad del empleo.

Para lograr este objetivo, el estudio se concentra exclusivamente en artistas audiovisuales cuya edad oscila entre 18 y 35 años. Dada la población objetivo del estudio, las ocupaciones se clasificaron en las siguientes categorías: artista visual, artista multimedia, escritor independiente/industria editorial independiente, músicos, y cineastas.

El presente estudio no incluyó a las artes escénicas, debido a que este documento busca darle continuidad a una serie de trabajos de investigación de la misma línea que se realizan desde hace tiempo.

EL DISTRITO FEDERAL EN PERSPECTIVA

En 2009 el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) publicó un estudio en el que se presenta un ejercicio de medición sobre la aportación de las actividades basadas en la cultura y la creatividad al producto interno bruto (PIB) de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) y el Distrito Federal (Piedras, 2010b).

Para realizar la cuantificación de las industrias culturales en el Distrito Federal se utilizó la metodología propuesta por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) que clasifica a las industrias culturales en cuatro niveles: industrias base, industrias interdependientes, industrias parcialmente relacionadas e industrias no dedicadas (Piedras, 2004).

INDUSTRIAS BASE

Son las que se dedican enteramente a la creación, producción, fabricación, difusión, comunicación, exposición y distribución de material protegido por los derechos de autor (Ganchev, 2003).

INDUSTRIAS INTERDEPENDIENTES

Son aquéllas centradas en la producción, fabricación y venta de equipo y cuya labor es facilitar la creación, la producción y el uso de material protegido por los derechos de autor. Estas industrias, parcialmente relacionadas, apoyan el uso del contenido del derecho de autor de manera elemental y son intrínsecamente dependientes en la disponibilidad de los trabajos que protege.

INDUSTRIAS PARCIALMENTE RELACIONADAS

En éstas, algunas de sus actividades se relacionan con los trabajos protegidos por los derechos de autor y pueden implicar la creación, la producción, la fabricación, el funcionamiento, la difusión, la comunicación y la exposición, así como la distribución y las ventas.

INDUSTRIAS NO DEDICADAS

Son aquéllas en las cuales una porción de sus actividades facilita la difusión, la distribución o las ventas de los trabajos protegidos por los derechos de autor.

ECONOMÍA SOMBRA

(INDUSTRIAS DE LA ECONOMÍA ILEGAL E INFORMAL)

Se consideran aquéllas pertenecientes a las economías informal e ilegal. Es importante diferenciar estos dos conceptos.

El Subsector Informal puede describirse como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y servicios con la finalidad

primordial de generar empleo e ingreso para las personas implicadas. Estas unidades se caracterizan por funcionar con un bajo nivel de organización, con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital en cuanto a factores de producción y a pequeña escala. Las relaciones laborales, cuando existen, se basan generalmente en el empleo ocasional, en el parentesco o en las relaciones personales y sociales y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales (INEGI, 2002:8).

Estos cuatro niveles de las industrias culturales y la economía sombra agrupan en su totalidad las actividades vinculadas con la cultura y las clasifican de acuerdo con su grado de participación en la misma. De este modo, las actividades que se dedican enteramente a la cultura se concentran en los dos primeros grupos (base e interdependientes), mientras que aquellas poco relacionadas con la cultura se clasifican en los últimos dos (industrias parcialmente relacionadas e industrias no dedicadas).

Los datos obtenidos en la medición de 2003 mostraron que la contribución de las actividades culturales al PIB del Distrito Federal es de

FIGURA 1
DIVISIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en información del INEGI.

5.43%; al incluir las actividades no capturadas por procesos estadísticos, como las actividades informales o economía sombra, la cifra que aporta la cultura al PIB representa 8.92% (Piedras, 2010b).

FIGURA 2
ACTIVIDADES CULTURALES Y CREATIVAS.
PORCENTAJE DEL PIB DEL DISTRITO FEDERAL (2003)



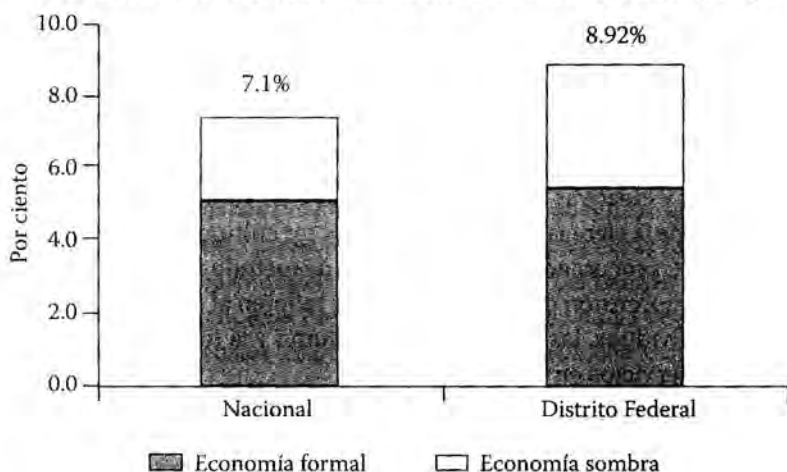
FUENTE: elaborado por Nómismæ con base en los Censos Económicos del INEGI 2003.

En el Distrito Federal se observa que el sector cultural aporta una cifra más elevada al PIB en la entidad, en comparación con 7.1% que se observa a nivel nacional. Esto se explica, en parte, por la aglomeración existente en el Distrito Federal de creadores y artistas, la existencia de más infraestructura cultural, así como por una mayor demanda, pues tanto el poder adquisitivo como el nivel educativo y el tamaño de la economía son mayores en comparación con otros estados de la república.

En 2003 la población económicamente activa (PEA) empleada en el sector cultural y creativo representó 8.08%, lo que implica que existen 308 739 empleos en dicho sector.

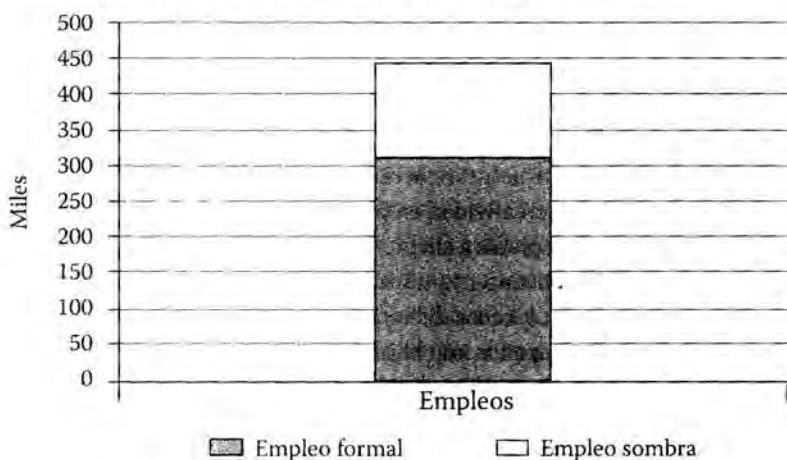
En suma, es de destacar que el Distrito Federal cuenta con ciertas características derivadas de la aglomeración que impulsan el potencial económico y social de las industrias creativas, pues como se mencionó anteriormente, influye el tamaño de la economía y la concentración de población, permitiendo crear sinergias entre personas que se dedican a las artes o a actividades complementarias a la producción del arte.

GRÁFICA 1
ACTIVIDADES CULTURALES Y CREATIVAS.
PORCENTAJE DEL PIB NACIONAL Y DEL DISTRITO FEDERAL (2003)



FUENTE: Piedras, 2010b.

GRÁFICA 2
EMPLEOS CULTURALES Y CREATIVOS
PORCENTAJE DE LA PEA DEL DISTRITO FEDERAL (2003)



FUENTE: Piedras, 2010b.

REVISIÓN DE LITERATURA: ESTUDIOS PREVIOS

Existe consenso en torno a que la cultura representa un elemento de desarrollo social por los elementos espirituales, estéticos y morales que nos caracterizan, y que además contribuye a la creación de cohesión e integración social a través de la construcción de una identidad cultural.

Desde el campo de la sociología y la antropología, las industrias culturales y creativas han sido ampliamente exploradas. No obstante, el interés de la ciencia económica en el sector cultural es relativamente reciente, procurando, mediante el uso de métodos estadísticos, una mejor comprensión de las teorías que se refieren al comportamiento de los individuos, las decisiones de consumo y la forma de producir bienes y servicios en este ámbito.

Dichas investigaciones sirven, como punto de partida, para tener un mejor entendimiento de las estrategias creativas que siguen las nuevas generaciones, como el uso de las redes sociales y la generación de autoempleo para insertarse en las actividades productivas.

Las nuevas generaciones a las que hace alusión este estudio son las que recientemente han sido denominadas *trendsetters* o emprendedores culturales (García Canclini, 2012), que son aquéllos cuya actividad laboral se caracteriza por tener varios trabajos simultáneos o trabajar por proyecto.

[...] se trata de un tipo peculiar de trabajadores, ni asalariados ni plenamente independientes. Trabajan por proyectos de corta duración, sin contratos o en condiciones irregulares, pasando de un proyecto a otro, sin llegar a estructurar carreras. Con frecuencia movilizan sus competencias y su creatividad en procesos cooperativos, cada vez diferentes. Deben adaptarse a clientes o encargos diversos, a la variación de los equipos, al distinto significado que adquieren los oficios artísticos y culturales en escenas diferentes. Los limitados ingresos y la fragilidad de sus desempeños los obliga a combinar las tareas creativas con actividades secundarias (García Canclini, 2012:15).

Aunque actualmente no se registra una vasta bibliografía sobre los nuevos procesos de creación y producción de la nueva generación de

emprendedores culturales, sí existen los primeros estudios que se centran en el artista y sus medios. El enfoque de los estudios sobre el entorno laboral de los artistas y creadores ha sido investigar, principalmente, cuatro percepciones sobre las condiciones de trabajo que enfrentan esta clase de jóvenes: 1) los ingresos que obtienen son más bajos en comparación con otro empleo en cualquier otro sector de la economía; 2) se piensa que existe mayor variación en los salarios de los artistas que en cualquier otra actividad laboral; 3) la fuerza laboral se compone de más personas jóvenes que en cualquier otro sector, y 4) el sector cultural presenta una alta rotación, es decir, los creadores con frecuencia cambian de trabajo dentro del campo de las artes o consiguen empleos fuera de él, mudándose hacia ocupaciones más estables, las cuales les ofrecen remuneraciones con menos variabilidad y más elevadas (Filler, 1986).

En el caso de Estados Unidos, el estudio *The Starving Artist*, que utilizó datos del censo de 1980, buscó probar las hipótesis ya mencionadas y encontró, en efecto, que los trabajadores en el sector artístico suelen ser más jóvenes que los del resto de la economía. No obstante, los empleos a los que acceden son más estables en el sentido que difícilmente cambian a otra actividad que no sea artística. Si bien es cierto que en el estudio se muestra que, para el caso de los Estados Unidos de América, los salarios de los artistas tienen gran variación entre sí, los salarios esperados a lo largo de la vida por realizar actividades artísticas son similares a los de cualquier otra profesión.

Otra característica del mercado laboral norteamericano es que el autoempleo es una modalidad importante en el sector cultural. Ann Markusen y Greg Shrok encontraron que es más probable que los escritores y artistas visuales trabajen bajo un esquema de autoempleo que en otras actividades artísticas. Otro hallazgo fue que para los músicos su actividad artística suele ser secundaria, complementándola con otros trabajos (Markusen y Shrock, 2006).

Finalmente, otra particularidad es que el empleo de los artistas frecuentemente es de carácter temporal, por lo que se recurre, de forma constante, a la búsqueda de otros empleos o proyectos. David Throsby y Virginia Hollister encontraron que en Australia las personas empleadas en el campo de las artes suelen tener más de un empleo, o que

los creadores tienen un empleo diferente a la actividad artística y en su tiempo libre se dedican a la producción de obra (Throsby y Hollister, 2003:37-38).

Ahora bien, un concepto que encaja en el objeto de estudio de este documento es el de “ciudades creativas”, propuesto por el británico Charles Landry en la década de los ochenta. Este término se refiere a la existencia de ciudades o regiones que generan incentivos para atraer con mayor facilidad a personas que utilizan la creatividad como insumo principal. Esto es, existe una especie de fuerza centrípeta que muestra que la concentración de ciertas actividades crea un entorno favorable para el impulso de la actividad económica (Piedras, 2012).

El concepto “ciudades creativas” adquiere relevancia debido a que el Distrito Federal presenta características que sugieren la existencia de una aglomeración de industrias culturales y creativas. Esto propicia que los jóvenes creadores, o *trendsetters*, tengan la facilidad de contar con una amplia red social y la posibilidad de crear sinergias con otras personas que se dediquen a las artes o con carreras que complementen su obra. También incide en los efectos secundarios que pudieran existir al relacionarse con individuos que realizan actividades similares para el desarrollo de nuevas ideas.

De acuerdo con la UNCTAD, contar con la aglomeración de actividades en ciertas ciudades provoca la existencia de nodos que detonan la generación de experiencias culturales, tanto en términos de producción como de generación de públicos y audiencias. De ahí la existencia de *clusters* como Silicon Valley o Hollywood, que muestra la aglomeración de la industria de la tecnología y cinematográfica, respectivamente. O bien, el de festivales como el de Cannes, que se vuelven emblemáticos y dan forma e identidad a ciudades (UNCTAD, 2008). Para el caso del Distrito Federal, se ha identificado la creación de circuitos culturales que responden a este fenómeno geográfico (García Canclini, 2012:15).

Otro factor que propicia la existencia de aglomeraciones en torno a las actividades artísticas tiene que ver con los ingresos de la ciudad y el nivel educativo, esto es, si una urbe cuenta con ingresos altos es posible que exista una demanda por productos artísticos (Elish y O'Hagan, 2007:125).

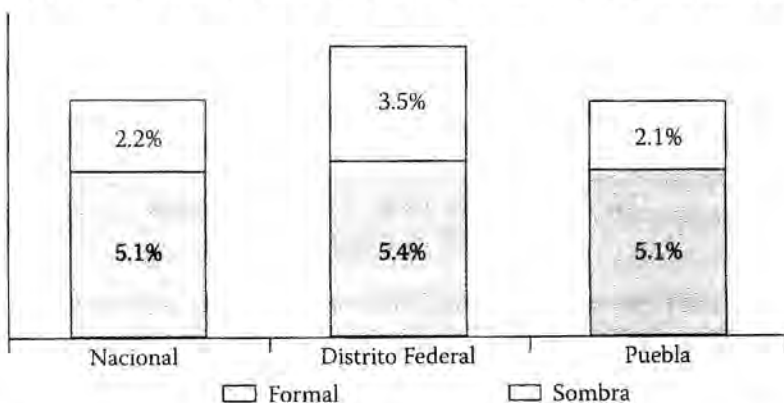
La producción de obra artística frecuentemente se organiza en pequeñas y medianas empresas o redes. Los mercados del arte emplean o suelen demandar mano de obra con diferentes habilidades, lo que propicia complementariedad entre actividades para su producción. Además, en ciudades más grandes la libertad de la que pueden gozar los artistas y las relaciones laborales que puedan surgir en eventos casuales es mayor a lo que puede existir en ciudades pequeñas (Elish y O'Hagan, 2007:125).

Los estudios sobre la aportación económica y el empleo del sector cultural en las ciudades muestran, por ejemplo, que en el Reino Unido 26.9% de la fuerza laboral en el campo de las artes se concentra en Londres. En los Estados Unidos de América más del 50% de los trabajadores de las industrias culturales se localiza en zonas metropolitanas con más de un millón de habitantes y, a su vez, la gran mayoría se encuentra en Los Ángeles o Nueva York, lo que sugiere que existen beneficios como resultado de la aglomeración geográfica (Scott, 2004).

Si comparamos los estudios que se han realizado en México, se observa que aquí también existe evidencia del fenómeno de aglomeración de la creatividad (Piedras, 2010b:34). En el Distrito Federal, las industrias culturales, en 2003, representaron 8.92% de su PIB (Piedras, 2010b:33), mientras que para el estado de Puebla fue de 7.2%. Si

GRÁFICA 3

ACTIVIDADES CULTURALES Y CREATIVAS COMO PORCENTAJE DEL PIB



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en los Censos Económicos del INEGI, 2003.

ambas cifras se comparan con el promedio nacional, que es de 7.3%, resulta evidente que el Distrito Federal se ubicó por encima de esta cifra y de Puebla (Piedras, 2020a:88).

Como resultado de estas características, las industrias culturales y creativas requieren de mercados complementarios, que mediante las economías de aglomeración puedan ser remunerados.

CONCLUSIONES

En estudios previos se han identificado los principales obstáculos que tradicionalmente enfrenta la producción de obra artística. Las condiciones que deben salvar los creadores tienen que ver con la composición del empleo, los salarios bajos y variables, y una alta rotación.

Otra característica es la existencia de beneficios obtenidos de la aglomeración de actividades y creación de *clusters*. Si se aprovechan estos factores del mercado de industrias culturales es posible detonar políticas culturales en sintonía con el desarrollo local de las ciudades. Por ejemplo, al aprovechar la aglomeración es posible construir una infraestructura que facilite la creación de obra, construir instituciones que fomenten la creatividad y la creación de sinergias entre artistas (Scott, 1996:86).

Si bien la literatura académica sobre el entorno laboral del sector cultural ha comenzado a desarrollarse, cabe destacar que los principales factores y percepciones que lo caracterizan apenas comienzan a estudiarse, enfocándose en las estrategias de producción de los *trendsetters* o jóvenes creadores. Esta línea es la que busca identificar y cubrir el presente estudio.

METODOLOGÍA PARA LA GENERACIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA

El acceso y disponibilidad de información primaria de la operación social y económica de una comunidad están asociados con el grado de desarrollo económico, político y social del país del que forman parte. Al respecto, México registra una notable carencia de la información básica de su sector de la cultura y la creatividad.

Y aunque en México el acceso a la información es, simultáneamente, un derecho cívico y uno constitucional, la inaccesibilidad a la información es discriminatoria, restrictiva de derechos y genera ineficiencias en la operación de los diferentes agentes económicos; del mismo modo, las asimetrías de la información ocasionan distorsiones en la operación económica y pérdidas de competitividad, entre muchos otros efectos.

Debido a la falta de datos oficiales para extraer la información necesaria para documentar las condiciones laborales y socioeconómicas de los emprendedores culturales o *trendsetters* que residen en el Distrito Federal, se diseñó una encuesta cuyo objetivo fue conocer la situación que enfrentan los productores de obra.

Con la encuesta se buscó enriquecer los datos cuantitativos que se han recabado por medio de la información cualitativa. Dicha encuesta es un esfuerzo por cubrir los vacíos de información que se encontraron en el campo de las artes y, a su vez, se trató de capturar la percepción que tienen las nuevas generaciones de creadores acerca del medio en el que se encuentran.

Como consecuencia de que parte del mercado del arte funciona dentro de un marco de economía sombra y que la población objetivo es difícil de localizar dada la dispersión que se tiene del grupo, se optó por seleccionar un grupo pequeño de personas, quienes fueron las primeras en participar en el estudio. Estas semillas reclutan a nuevos participantes en el estudio hasta llegar al tamaño de la muestra deseado (Heckathorn y Salganik, 2004:179).

La razón por la que no se puede realizar un muestreo aleatorio simple es que en las poblaciones ocultas no existe un marco de muestreo; esto es así porque el tamaño y el límite de la población son desconocidos. El método bola de nieve para muestreo permite la identificación de redes dentro de las poblaciones y se pueden identificar sus principales características (ONU, 2007).

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La población objetivo del estudio son las personas entre 18 y 35 años que realizan actividades artísticas en el Distrito Federal. Para definir

el tamaño de la muestra poblacional se estableció un intervalo de confianza, es decir, el rango en el que se estima que, con cierta probabilidad de acierto, estará el valor desconocido.

En la muestra únicamente se propuso encuestar a las personas que laboran en actividades base del sector cultural en el Distrito Federal. Se estima que dentro de dichas industrias, alrededor de 8% son creadores jóvenes. Sin embargo, ante la falta de bases de datos oficiales en las que se pueda acceder a un gran número de artistas, se buscó incluir observaciones por medio de una metodología similar a la llamada "bola de nieve". Ésta consiste en buscar nuevas personas para ser entrevistadas por medio de las entrevistas previamente realizadas, a manera de red social. De dicha metodología se observó el importante papel que juegan las redes sociales en línea, ya que mediante ellas se *obtuvo la mayor participación del grupo que se quería encuestar*.

El cuestionario utilizado en el análisis fue diseñado para medir, consistentemente, las siguientes variables sobre la producción de arte en el Distrito Federal: entorno laboral y características contractuales; financiamiento o apoyos a su actividad; uso de tecnologías de la información y la comunicación; postura sobre la política actual y futura en materia de derechos de propiedad; grado de estudios y nivel socioeconómico.

Las entrevistas se realizaron por distintos medios, principalmente electrónicos. Por el tipo de levantamiento una alta proporción de las observaciones se obtuvieron por estos medios. Al invitar a los encuestados a enviar o comunicar la encuesta con sus redes de conocidos a través de las plataformas electrónicas, se propició que estos medios cubrieran una alta proporción de la muestra. Las encuestas se realizaron del 10 de abril al 27 de mayo de 2012. Se recopilaron 175 encuestas de las cuales se deriva la información cuantitativa. El número de observaciones cubre la representatividad buscada y superó la cantidad de entrevistas estadísticamente necesarias.

Como se mencionó con anterioridad, la fórmula que se usó para determinar el tamaño de la muestra proviene de determinar el intervalo de confianza. Esto formalmente se traduce en variables que determinan un intervalo, el cual se calcula a partir de datos de una muestra

y donde el valor desconocido es un parámetro poblacional. En este caso el valor desconocido es n , o tamaño de la muestra, por lo que la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 Npq}{(e^2 (N - 1)) + (z^2 pq)}$$

Para calcular el tamaño de una muestra se determinó el valor de los términos de la siguiente manera:

N : es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados). Para este caso se consideró a las personas empleadas dentro de las industrias base en el Distrito Federal. La información se obtuvo de los censos económicos por medio de la metodología descrita en *¿Cuánto vale la cultura?* (Piedras, 2004). En el Distrito Federal, 144 575 personas se encuentran empleadas en las industrias base del sector cultural.

z : es una constante que depende del nivel de confianza que se asigne. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: 95% de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad de 0.05%. Para esta muestra el valor que se usó fue 1.96, lo que nos permite tener confiabilidad de 95 por ciento.

e : es el error muestral aceptado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que se obtiene preguntando a una muestra de la población y el que se obtendría si se preguntara al total de ella. Por lo regular, en los ejercicios estadísticos se considera un error de 5% por lo que el valor del error será $e = 0.05$.

p : proporción de individuos que poseen la característica de estudio en la población. Para el caso del presente análisis se estimó con la información de los Censos Económicos 2009 y de la pirámide poblacional reportada por el INEGI. Se calcula que 8.3% del total de la población comprende potenciales creadores entre los 18 y 35 años. Por lo que $p = 0.083$.

q : proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, $1-p$.

n : es el valor buscado, es el tamaño de la muestra. Éste es el número mínimo de encuestas que se deben realizar.

De dicha fórmula se obtiene el valor de $n = 116.6$, lo que nos indica que al cubrir por lo menos 117 encuestas se obtiene una muestra representativa con un nivel de confianza de 95% de los jóvenes creadores que residen en el Distrito Federal.

CUESTIONARIO

Existen diversos tipos de actividades culturales y creativas; el enfoque de este estudio son los artistas visuales, multimedia, editoriales y escritores independientes, músicos y cineastas jóvenes.

Es por ello que el cuestionario se diseñó para distinguir no sólo a los que están inmersos en el proceso completo de producir una obra, sino que se buscó encuestar a personas que fungen como eslabón en la cadena de producción de obras de arte. La información que se trató de obtener con la encuesta fue:

- Entorno laboral y características contractuales
- Financiamiento o apoyos a su actividad
- Uso de tecnologías de la información y la comunicación
- Postura sobre la política actual y futura en materia de derechos de propiedad
- Grado de estudios
- Nivel socioeconómico

La información recopilada será de utilidad para conocer cómo funcionan las redes de creadores y productores jóvenes de arte en el Distrito Federal, y entender cómo colaboran, financian, exponen y venden su trabajo. En el anexo que se encuentra al final de este capítulo se puede consultar con detalle el cuestionario aplicado.

PERCEPCIÓN DE LOS PRODUCTORES ARTÍSTICOS Y EL MERCADO LABORAL

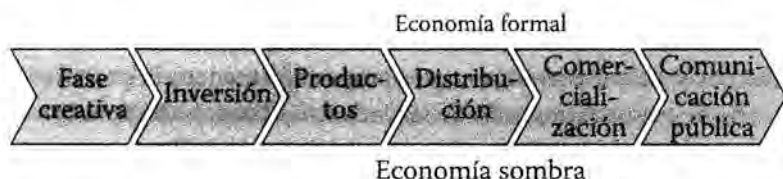
Uno de los principales objetivos de nuestra investigación fue conocer los procesos creativos y productivos de los artistas jóvenes que residen en el Distrito Federal; así, resulta fundamental entender lo que ellos observan del mercado laboral. En esta sección se incluye la percepción que los creadores tienen acerca del mercado a partir de los datos recopilados.

Para tener una revisión detallada, se realizó la encuesta a artistas que residen en la Ciudad de México. Los resultados de la encuesta muestran la percepción y las condiciones laborales que enfrentan los productores de obra del mercado en el que se desempeñan.

Como se ha mencionado, el cuestionario se construyó para que los artistas compartieran información de su entorno laboral y características contractuales; financiamiento o apoyos a su actividad; uso de tecnologías de la información y la comunicación; postura sobre la política actual y futura en materia de derechos de autor; grado de estudios y nivel socioeconómico. Los principales resultados serán descritos y analizados en esta sección.

La distribución de las actividades artísticas obtenidas de la encuesta mostró una distribución similar a la que se observa en estudios previos (Piedras, 2004). La información correspondiente al personal ocupado se deriva de los Censos Económicos de 2009 (INEGI, 2009); para la estimación se consideraron las industrias base ya definidas y se seleccionaron las actividades artísticas que son de interés y pertinencia para el estudio.

FIGURA 3



Asimismo, no se contemplaron únicamente a los creadores de obra, sino que también se tomó en cuenta a los posibles productores artísticos; con ello es posible observar si las actividades de producción de arte son la actividad primaria o una actividad secundaria o exenta de remuneración. Lo que se buscó es que los encuestados formaran parte de la cadena productiva de un bien cultural o creativo, sin importar su pertenencia a la economía formal o a la economía sombra.

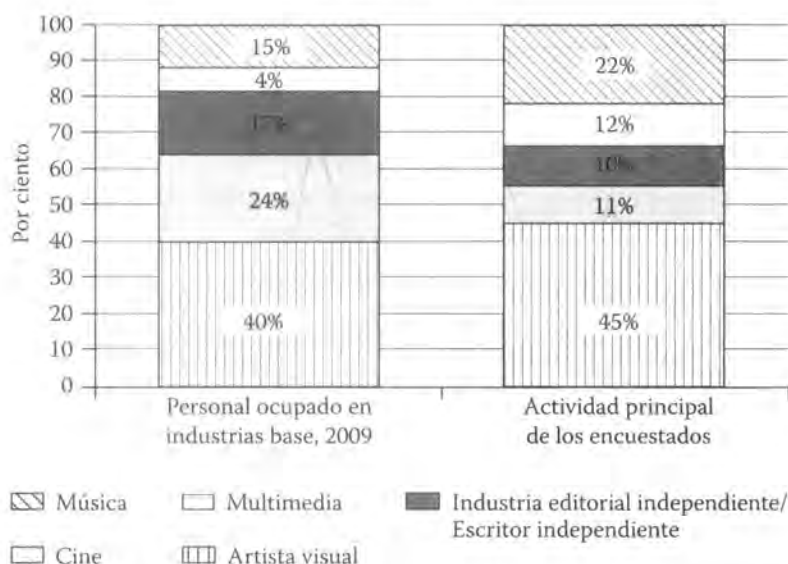
CADENA PRODUCTIVA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Cabe destacar que la distribución de las actividades artísticas provenientes de los censos económicos carece del componente de economía sombra. Otra diferencia es que en este estudio se contempló también a los jóvenes creadores sin importar que fueran parte de la economía informal.

Esta categorización contempla actividades productivas como el diseño, la publicidad, la edición periodística y literaria, la producción de música, la docencia y las diferentes actividades afines al sector cultural, pero no necesariamente a la producción de obra artística. Por ello, la distribución del personal ocupado de las industrias base sólo funciona como referencia y no permite realizar comparaciones detalladas.

De dicha estimación se deriva que la disciplina que concentra más empleados son las afines a las artes visuales, seguida del cine, las industrias editoriales, musicales y multimedia. La muestra presentó una distribución compuesta principalmente por artistas visuales, músicos, multimedia, cine e industria editorial. Cabe destacar que la proporción que representan los artistas multimedia en el resultado de la encuesta sugiere la importancia de la distribución de las actividades artísticas en el Distrito Federal y de las nuevas tecnologías en la producción de arte en las nuevas generaciones. Por lo que respecta a escritores y editores, los resultados mostraron una proporción menor a la que corresponde al personal ocupado de las industrias base en 2009; la razón es que se buscó encuestar sólo a escritores independientes o personas con proyectos editoriales independientes.

GRÁFICA 4



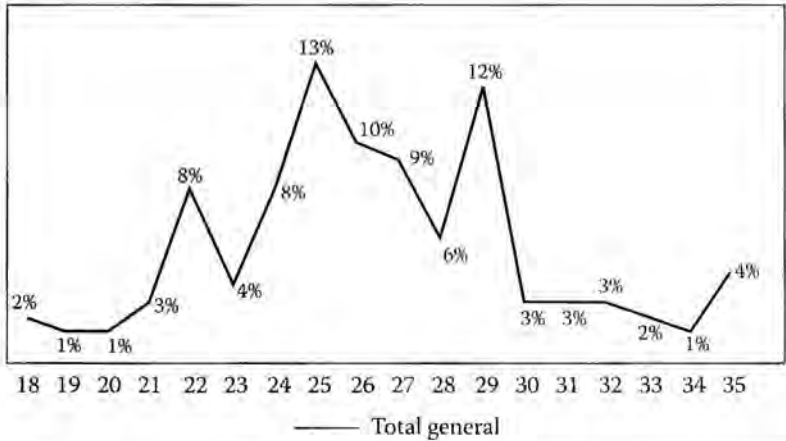
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en los Censos Económicos 2009 del INEGI y la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS

Dentro de las encuestas realizadas se observó que el mayor porcentaje de la población se concentra entre los 25 y 29 años; 50% de los encuestados se ubicó dentro de este conjunto de edades.

En coincidencia con la literatura existente, tiene sentido esperar que los artistas durante este periodo pueden contar con mayor flexibilidad para adaptarse y experimentar en sus procesos de producción. Este periodo se distingue por bajos costos de oportunidad en términos laborales, es decir, los artistas recién egresados de sus estudios tienen menos responsabilidades económicas que los artistas de mayor edad, por lo que se pueden permitir pactar acuerdos de trabajo en los que su ingreso es menor que lo que podrían recibir en otro tipo de actividades.

GRÁFICA 5
ÉDADES



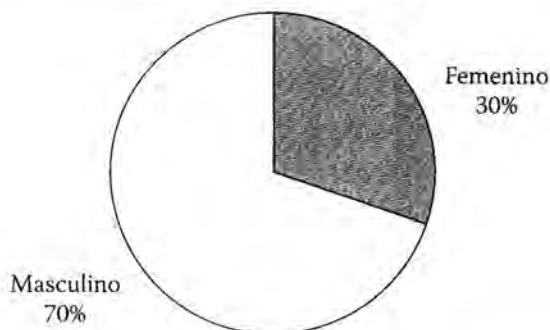
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

En la gráfica 5 se observa cómo los productores de obra se concentran principalmente en edades jóvenes. Los artistas que se consagran son los que adquirieron estatus, se comercializaron y los que acepta el mercado, por lo que se espera que un gran número de artistas dejen la producción artística, o no la consideren su principal ingreso, concentrando su conocimiento en actividades del sector cultural privado o gubernamental, pero no necesariamente en la producción de obras artísticas.

En los resultados se obtiene que la distribución por género de los creativos enfocados a la producción de arte son principalmente hombres. Se observó que alrededor de dos terceras partes de los creadores que respondieron la encuesta aseguraron ser hombres, mientras que únicamente 30% son mujeres. Comparando la distribución por género de los jóvenes creadores en la Ciudad de México con la distribución por género de la población ocupada, dentro del rango aproximado de edad (20-34), en dicha urbe, se observa que los hombres representan una mayor proporción del total de personas ocupadas dentro del Distrito Federal: dicho subconjunto representa 57% de la población ocu-

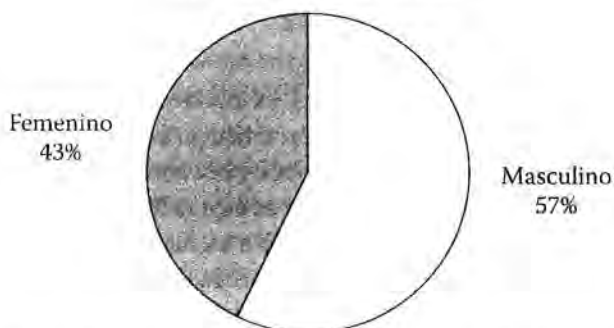
pada joven. Al hacer el comparativo entre los encuestados y dicha población ocupada, observamos que entre los artistas del Distrito Federal se tiene una mayor presencia masculina que en la situación laboral general de la Ciudad de México.

GRÁFICA 6
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LOS JÓVENES CREADORES
EN EL DISTRITO FEDERAL



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

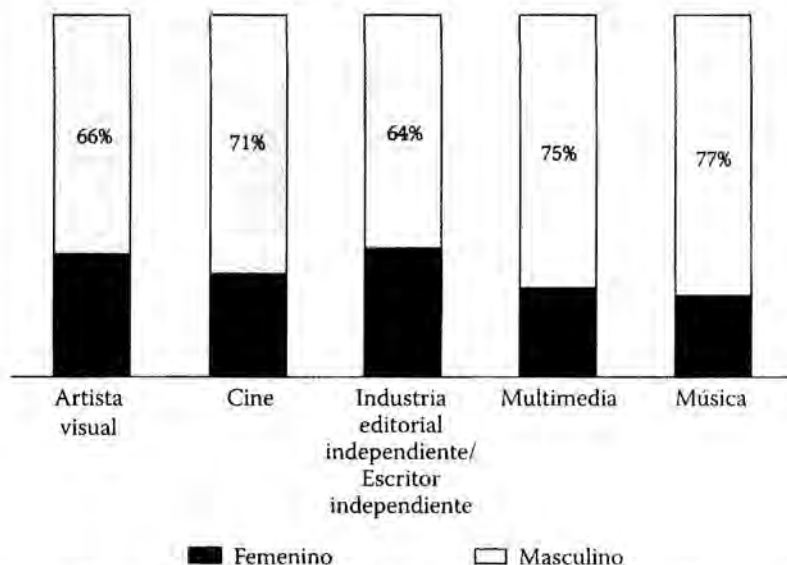
GRÁFICA 7
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LA POBLACIÓN OCUPADA
EN EL DISTRITO FEDERAL



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en los Censos Económicos del INEGI, 2009.

Al observar la distribución por género en cada actividad se encuentra que ésta varía dependiendo del rubro en el que se enfocan dichos creativos. En este caso la participación femenina es mayor en artes visuales y la industria editorial independiente, y menor en las actividades relacionadas con la producción de arte multimedia y música.

GRÁFICA 8
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE ACTIVIDAD



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

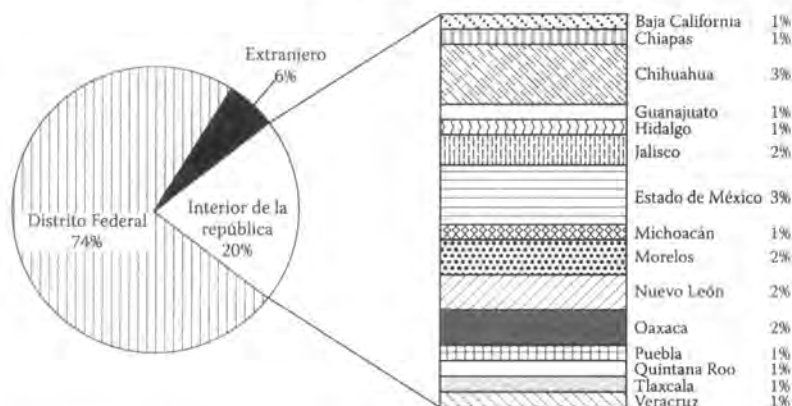
La Ciudad de México, hoy en día, es una de las capitales más importantes en términos de producción artística. Los festivales de artes visuales, música y cine que se realizan en ella son competitivos en el ámbito internacional. Es por ello que se espera que en allí se aglomeren artistas de diferentes lugares del país e incluso del mundo.

Como ya se mencionó, el efecto que genera la concentración de ciertas actividades crea un entorno favorable para la producción creativa y para los actores que participan en ella, aumentando la productividad e incentivando el crecimiento individual. Si hacemos un análisis com-

parativo en el nivel nacional, el Distrito Federal destaca: es la mayor ciudad del país que cuenta con una participación de 8.92% del PIB de su cobertura geográfica, por encima del promedio nacional de 7.3% del PIB en 2003 (Piedras, 2010a). Este resultado sugiere que la aglomeración del sector cultural en el Distrito Federal existe.

Considerando estos resultados y los obtenidos por nuestra encuesta, observamos la importante proporción que representan los artistas que son originarios del Distrito Federal en la producción artística de la ciudad. Sin embargo, la presencia de productores extranjeros o del interior representa un cuarto de los productores de arte, 6% de ellos son extranjeros y 20% de ellos son originarios de otro estado.

GRÁFICA 9
LUGAR DE ORIGEN



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

El nivel socioeconómico de los artistas se encuentra altamente relacionado con las oportunidades con las que cuentan. Éste busca medir el nivel de bienestar de las personas considerando las posibilidades de futuro, la conectividad, infraestructura práctica, infraestructura sanitaria, infraestructura básica y educación.

Para observar el nivel socioeconómico de los artistas encuestados se incluyeron en el cuestionario los reactivos de la Regla AMAI 8X/,

una metodología que generalmente se utiliza para realizar estudios de mercado. Los reactivos incluidos son considerados el mínimo necesario para medir el nivel socioeconómico, y son: número de cuartos, tipo de piso, número de baños, regadera, estufa de gas, número de focos, número de automóviles y escolaridad de la persona que aporta mayor proporción del ingreso (López, 2011). El comportamiento del gasto de los niveles se detalla en la gráfica 10.

GRÁFICA 10
COMPORTAMIENTO DEL GASTO POR NIVEL SOCIOECONÓMICO

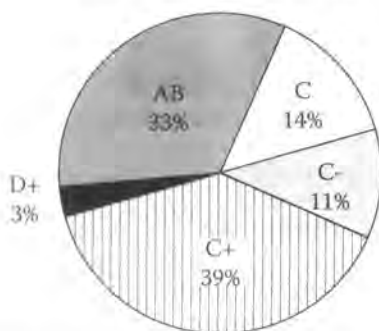
AB	C+	C	C-	D+	D	E
<i>Mayor proporción de gasto:</i> Educación Entretenimiento Comunicación Ahorro Adquisición de vehículos						
<i>Igual proporción de gasto:</i> Mantenimiento y reparación de vivienda Enseres domésticos Limpieza y cuidado de la casa Conservación de salud						
				<i>Mayor proporción de gasto:</i> Alimentos Transporte Cuidado personal		

FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en las reglas de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública.

De la información proveniente de las encuestas se observó que los artistas jóvenes gozan de un nivel de bienestar elevado. A diferencia de lo que se encuentra para la población en la Ciudad de México, 33% de los artistas encuestados reveló pertenecer al nivel socioeconómico AB, mismo que representa únicamente 5.5% de la población. Asimismo, en los resultados de la encuesta no se observaron artistas en niveles D y E, es decir, los grupos que representan a la población más desprotegida, sin oportunidades y con carencias continuas. El resultado de esta distribución es consistente con el comportamiento que se obtuvo del nivel de escolaridad. Es importante destacar este fenó-

meno, debido a que en las ciencias sociales se ha observado que la educación y el nivel socioeconómico muestran una relación positiva. En el caso de este estudio dicho resultado se preserva. Otro factor que resulta importante resaltar es que la distribución del nivel socioeconómico proviene, en buena medida, del levantamiento en medios electrónicos, por lo que se concentra principalmente en los estratos altos del nivel socioeconómico.

GRÁFICA 11
NIVEL SOCIOECONÓMICO

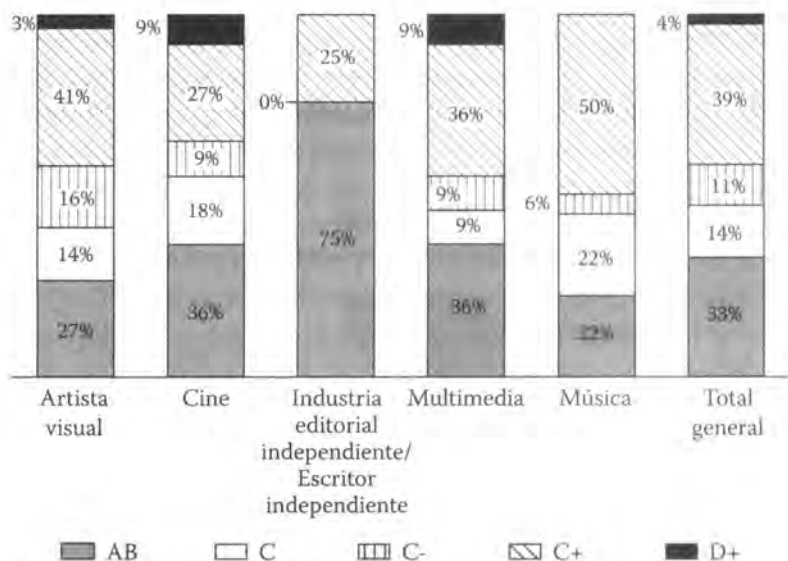


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

El nivel C+ acumuló 39% de los artistas; esta cohorte acumuló el mayor número de observaciones. Las clases C y C- acumularon 14 y 11%, respectivamente. Únicamente 3% de los encuestados reportó pertenecer al grupo D+. Los resultados vinculados al comportamiento del gasto por nivel socioeconómico sugieren que 97% de nuestra muestra dedica la mayor parte de su ingreso a educación, entretenimiento, comunicación y ahorro, mientras que 3% lo hace en gastos para cubrir el mínimo de condiciones básicas, como lo son alimento, transporte y cuidado personal.

El grupo de los escritores y editores independientes reportaron tener un nivel socioeconómico más alto que el resto de los encuestados: 100% del grupo reveló estar en el nivel C+ y AB. Esto significa que este grupo de personas tienen posibilidades de destinar cierta proporción

GRÁFICA 12
NIVEL SOCIOECONÓMICO POR ACTIVIDAD



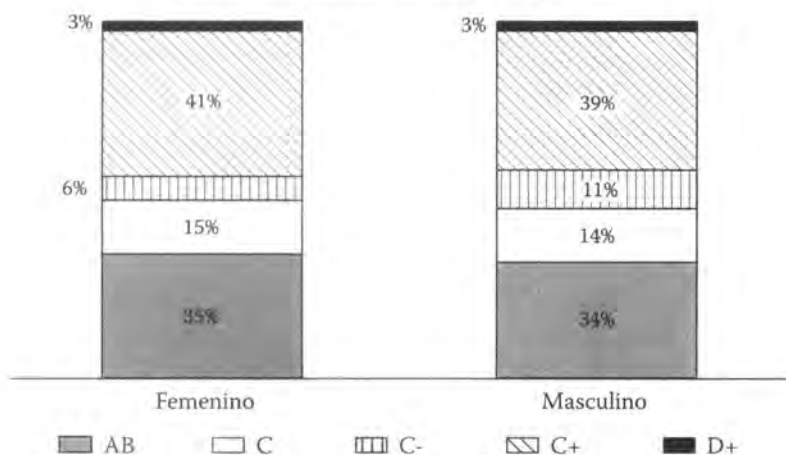
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

de su ingreso para la recreación. Los del conjunto de los artistas visuales, multimedia y cine cuentan con 3, 9 y 9%, respectivamente, de personas en nivel D+, el nivel socioeconómico más bajo que se encontró en la muestra.

Las diferencias a nivel socioeconómico se dan entre los sectores artísticos y no muestra variación entre hombres y mujeres. La distribución de las distintas categorías por género varió por pocos puntos porcentuales, concentrados principalmente en los estratos AB y C+.

En cuanto al nivel de escolaridad, 70% aseguró que su máximo grado de estudios es la licenciatura; 14% de los encuestados mencionó contar con posgrado y otro 14% únicamente cuenta con preparatoria. El grado que se mencionó con menor frecuencia fue el de secundaria; únicamente 2% de los encuestados mencionó este como su máximo grado de estudios. Estos resultados muestran que la pobla-

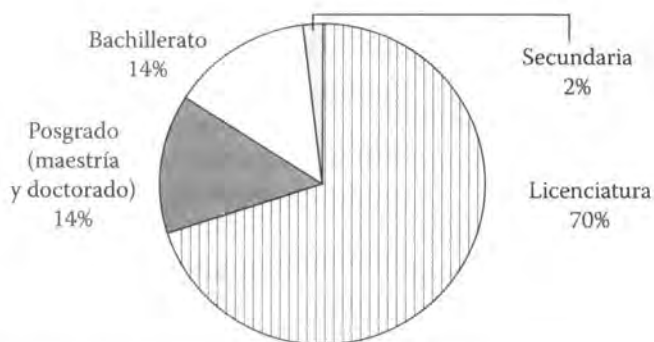
GRÁFICA 13
NIVEL SOCIOECONÓMICO POR GÉNERO



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

ción encuestada cuenta con un elevado nivel de escolaridad, en comparación con el año promedio de estudios en el Distrito Federal que es de 10.5 años, es decir, hasta el nivel de bachillerato.

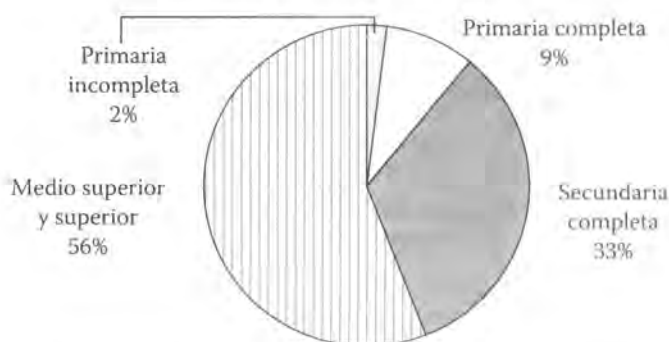
GRÁFICA 14
NIVEL DE ESCOLARIDAD



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Este resultado sugiere que el conjunto de artistas que reside y produce obra en el Distrito Federal posee un alto nivel educativo. En comparación con el grado de escolaridad que tiene la población ocupada joven en la Ciudad de México, se observa que 98% de los encuestados pertenecen al 56% de la población ocupada, entre 20 y 34 años, que tiene un grado escolar medio y superior.

GRÁFICA 15
NIVEL DE ESCOLARIDAD DE LA POBLACIÓN OCUPADA JOVEN DEL DISTRITO FEDERAL



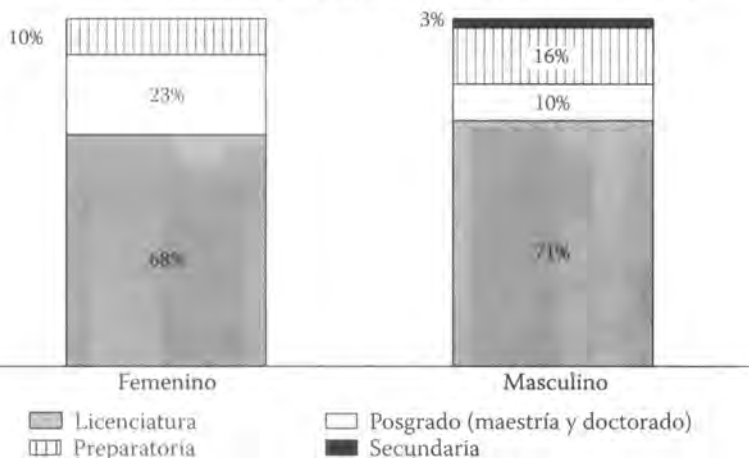
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

De la muestra se derivó que las mujeres artistas que residen en el Distrito Federal invierten más en su educación que los hombres: 23% de las mujeres mencionó tener posgrado, a diferencia del 10% de hombres que mencionó haber realizado uno. Asimismo, no se reportaron mujeres que hayan cursado sólo la secundaria.

Los resultados de los productores de arte multimedia muestran una elevada proporción de artistas preparados con posgrado; por el contrario, únicamente 6% de las personas en esta actividad cursaron hasta secundaria. Este resultado, en particular, puede contextualizarse con la realidad en la que se vive en México. Por un lado, existen académicos y estudiosos de las nuevas tecnologías y, por el otro, personas que se han acercado a dichas tecnologías por medio de la autoexploración y el autodescubrimiento. Ambas conductas se observan dentro de este conjunto de jóvenes.

GRÁFICA 16

NIVEL DE ESCOLARIDAD DE LOS ENCUESTADOS POR GÉNERO



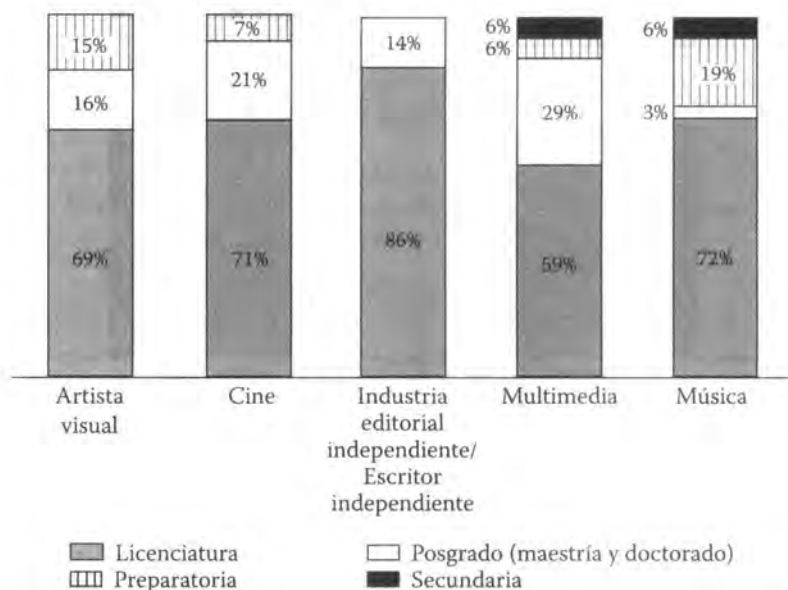
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

En el grupo de los músicos se infiere que tienden a ser autodidactas o que no suelen tener una educación formal, razón por la cual presentan menor grado de escolaridad que el resto de las artes. También, resalta la fuerte especialización que se tiene en cine y arte visual: alrededor de 20% de los entrevistados mencionaron tener posgrados.

Para conocer la permanencia de los artistas en el sector cultural, se les preguntó a los artistas cuánto tiempo, aproximadamente, llevan produciendo arte: 45% de los encuestados revelaron que llevan menos de un año. En términos generales, 73% de los artistas jóvenes del Distrito Federal llevan inmersos en la producción de arte menos de cinco años. En contraparte, 10% de los productores aseguró llevar más de diez años produciendo. Sin embargo, estos resultados están íntimamente ligados con la distribución de edad de la muestra.

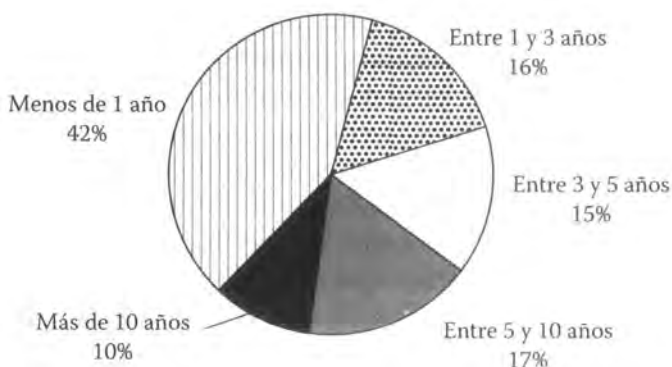
La distribución del tiempo que se ha dedicado a las artes se preservó con respecto a las diferentes actividades; no se observó que existiera una alta variabilidad al cambiar de ramo artístico. Estos resultados sugieren que el tiempo que se lleva produciendo arte está ligado a la edad y no depende de la actividad que se realiza.

GRÁFICA 17
NIVEL DE ESCOLARIDAD POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

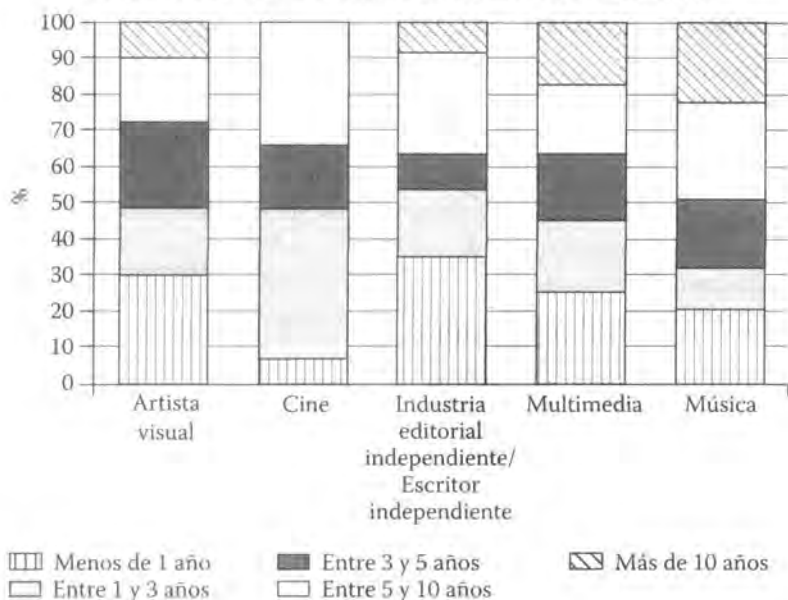
GRÁFICA 18
AÑOS PRODUCIENDO ARTE



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 19

AÑOS PRODUCIENDO OBRA POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

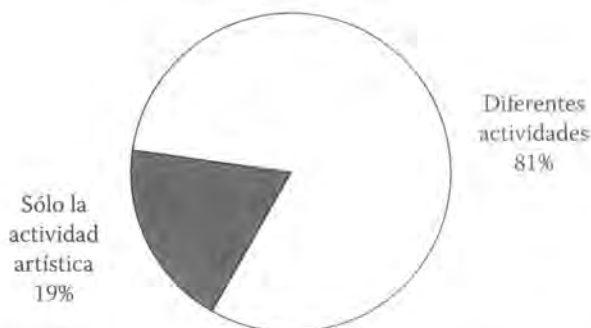
SITUACIÓN LABORAL

Como ya se mencionó en apartados anteriores, los artistas se enfrentan a una situación laboral altamente competitiva. Por un lado, existe una amplia oferta, lo que propicia que la competencia a la que se enfrentan sea excesiva; lo que va acompañado por la limitada demanda que existe en México por bienes creativos o culturales. Esto provoca que existan fallas de mercado y no existan los empleos o recursos necesarios para poder cubrir sus necesidades. En los ejercicios estadísticos que se han realizado por parte del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes se ha observado que la demanda por estos bienes aún es baja en comparación en la oferta de servicios y bienes culturales.

Al distinguirse este sector como uno donde se ofrecen salarios bajos o volátiles, uno de los principales cuestionamientos en torno al

ingreso de los artistas es el que se refiere a si es necesario que cuenten con un segundo empleo para cubrir sus necesidades básicas, como vivienda y alimentación.

GRÁFICA 20
FUENTES DE INGRESO



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Los resultados muestran que una alta proporción de ellos requiere realizar diversas actividades para completar su ingreso económico. Sólo 19% mencionó que la producción de arte es su único ingreso. Dentro del conjunto de diversas actividades también se encuentran actividades creativas como el diseño. Las diferentes actividades pueden pertenecer al sector cultural y creativo; sin embargo, son las que no tienen como último fin la producción de un bien u obra.

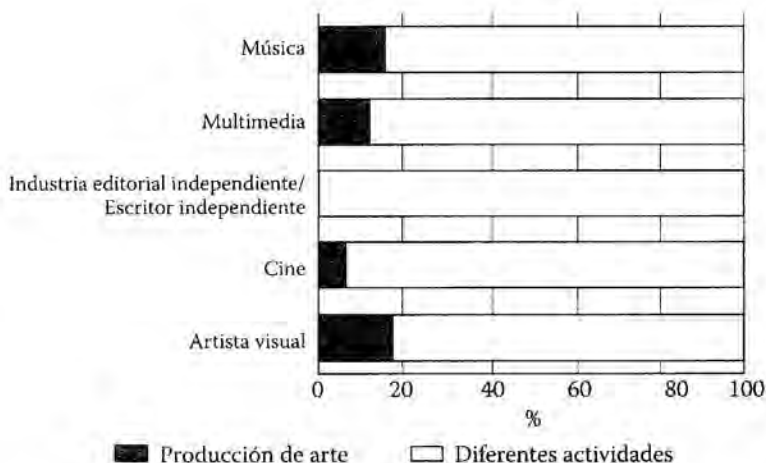
Dentro las principales labores con las que se complementan los artistas resaltan: la docencia; la gestión y difusión cultural; la publicidad, y el diseño, tanto gráfico como textil e industrial. No obstante, el espectro de las respuestas es amplio, las actividades que se mencionan van desde tareas administrativas y de contaduría hasta la edición de imágenes y textos, traducciones.

Todos los escritores y editores independientes entre otros mencionaron requerir de diversas actividades para completar su ingreso. Este resultado sugiere que el mercado editorial independiente presenta cierta inestabilidad o complicaciones laborales, como la falta de

empleo o empleos mal remunerados sin prestaciones sociales. Este resultado contrasta al contemplar a la industria editorial en su totalidad: se sabe que en México la industria editorial representó 2.07% del PIB en 2009 (INEGI, 2009). Ambos resultados sugieren que los grupos editoriales independientes, o pequeños, no se ven beneficiados por la producción editorial, ya que en términos de producción, la industria editorial en su totalidad representa un alto valor agregado.

El de las actividades se comportan de manera similar. Aproximadamente, entre 10 y 20% de los artistas obtienen ingresos únicamente por su producción de arte, mientras que el restante 80% necesitan realizar una actividad complementaria para cubrir sus gastos o expectativas salariales.

GRÁFICA 21
FUENTES DE INGRESO POR ACTIVIDAD



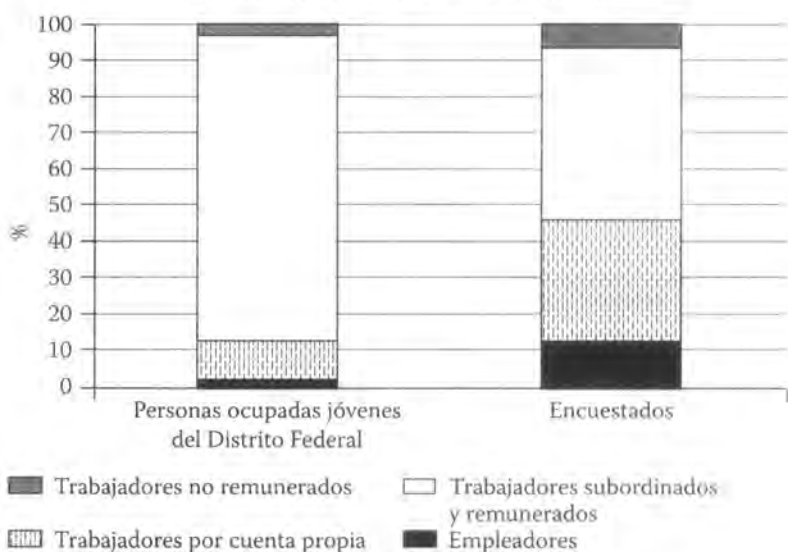
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Los segundos empleos o actividades para complementar el ingreso consisten en laborar como proveedores de bienestar y estabilidad para los artistas; este tipo de actividades pueden realizarse de manera independiente o como empleado. Esta característica laboral ha sido de importancia en la literatura económica en todos los sec-

tores productivos. El tema de los emprendimientos adquiere un papel fundamental en la cohorte de edad que se analiza en la presente investigación.

El uso de nuevas tecnologías ha permitido que el emprendimiento sea un tema de actualidad entre los jóvenes. El acceso a medios electrónicos permite incrementar los conocimientos y acceder a redes profesionales. Ellos gozan de un mayor conocimiento en términos tecnológicos, lo que ha permitido que un gran número de jóvenes artistas se aventuren a la independencia y el autoempleo.

GRÁFICA 22
EMPLEO, AUTOEMPLEO Y EMPLEADORES



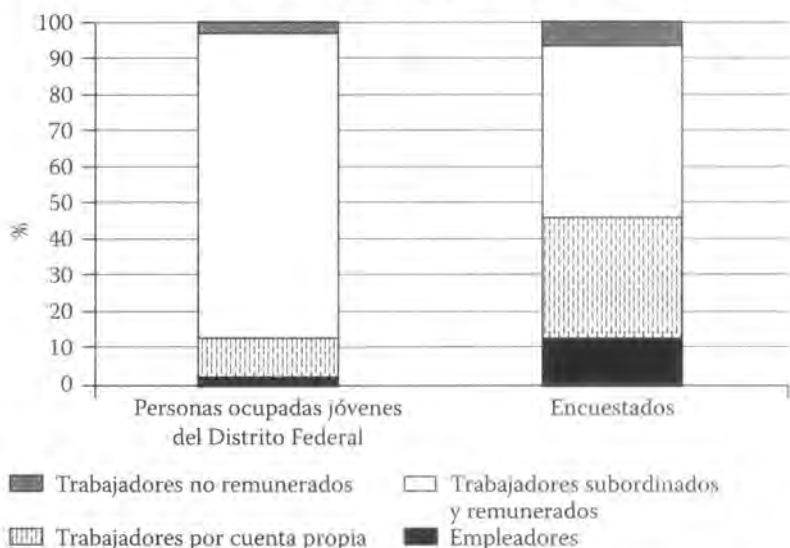
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Los artistas de la Ciudad de México reportaron una fuerte inclinación a desarrollar emprendimientos y proyectos independientes. Si se compara con los informes del INEGI para el primer trimestre de 2012, aproximadamente 82% de las personas ocupadas, entre 20 y 34 años del Distrito Federal, se reportan como empleados, de manera con-

tores productivos. El tema de los emprendimientos adquiere un papel fundamental en la cohorte de edad que se analiza en la presente investigación.

El uso de nuevas tecnologías ha permitido que el emprendimiento sea un tema de actualidad entre los jóvenes. El acceso a medios electrónicos permite incrementar los conocimientos y acceder a redes profesionales. Ellos gozan de un mayor conocimiento en términos tecnológicos, lo que ha permitido que un gran número de jóvenes artistas se aventuren a la independencia y el autoempleo.

GRÁFICA 22
EMPLEO, AUTOEMPLEO Y EMPLEADORES

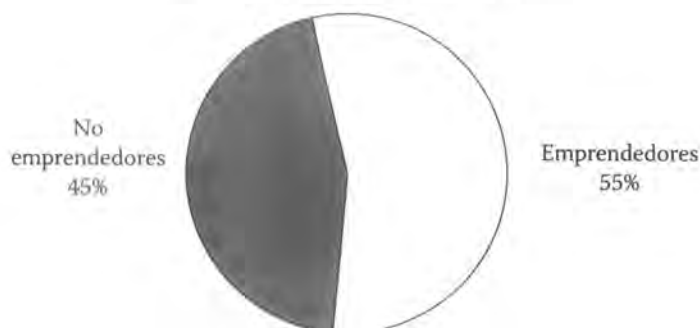


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Los artistas de la Ciudad de México reportaron una fuerte inclinación a desarrollar emprendimientos y proyectos independientes. Si se compara con los informes del INEGI para el primer trimestre de 2012, aproximadamente 82% de las personas ocupadas, entre 20 y 34 años del Distrito Federal, se reportan como empleados, de manera con-

traria, los artistas encuestados muestran en mayor proporción ser profesionistas independientes.

GRÁFICA 23
PROYECTOS INDEPENDIENTES



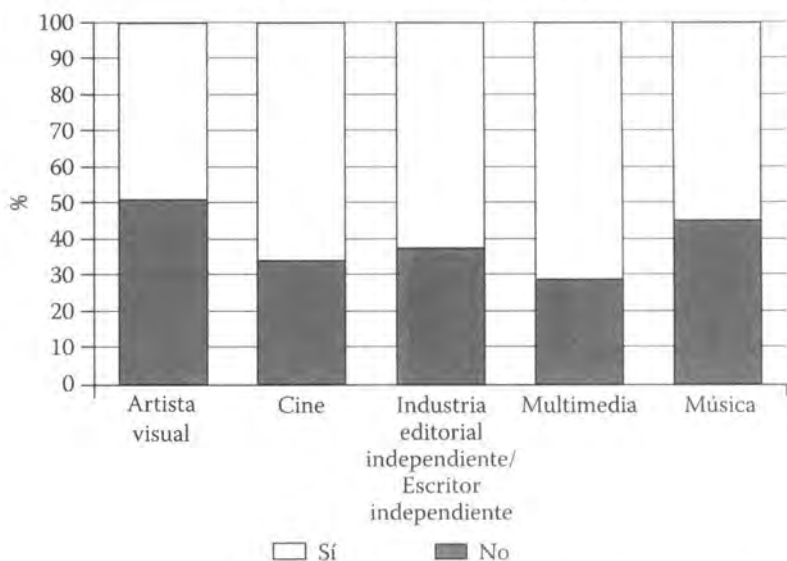
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Para calcular la proporción de profesionistas independientes se contemplaron las siguientes variables: si las personas respondieron tener proyectos independientes, si respondieron tener jefe, ser empleadores y si recibieron ingresos por su actividad. Estos resultados permitieron segregar la información y compararla con el personal ocupado en el Distrito Federal. La proporción de artistas que reportaron ser empleadores, 14.3%, y personas sin remuneración, 7%, se comporta de manera similar a la que se observa para las personas ocupadas jóvenes del Distrito Federal, 3.5 y 2%, respectivamente.

Los artistas que mostraron mayor emprendimiento fueron los dedicados al arte multimedia: 71% de ellos afirmó tener un proyecto independiente; por el contrario, más de 50% de los artistas visuales mencionaron no tener proyectos independientes, seguidos por los músicos, con 47 por ciento.

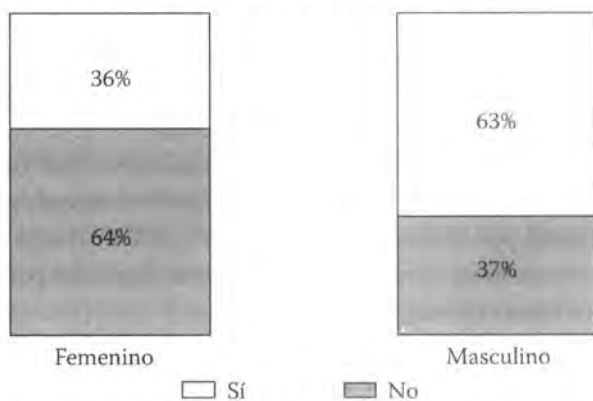
La mayoría de los resultados obtenidos en la muestra no presentan una marcada variabilidad entre el comportamiento de hombres y de mujeres. Sin embargo, se encontraron diferencias en cómo los artistas realizan y concretan sus proyectos; es decir, si realizan proyectos

GRÁFICA 24
EMPRENDEDORES POR ACTIVIDAD



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 25
EMPRENDEDORES POR GÉNERO

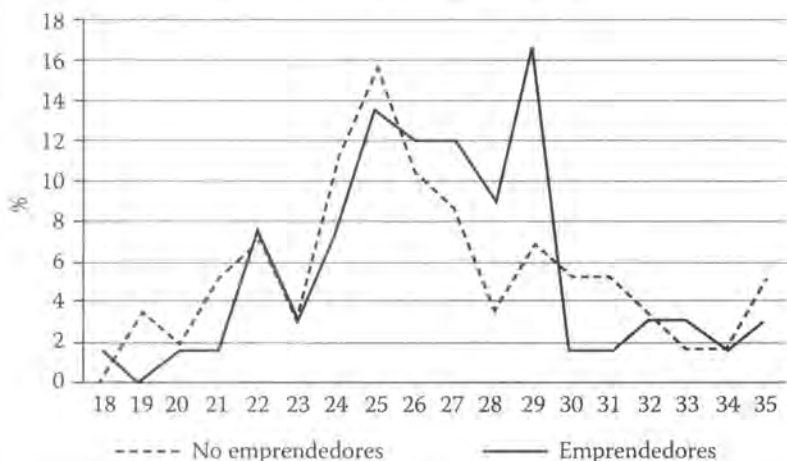


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

independientes o no. El comportamiento de las respuestas en esta pregunta mostró que 63% de los artistas hombres encuestados aseguró tener proyectos independientes o emprendimientos, mientras que sólo 36% de las mujeres mencionó realizar alguno de éstos. En términos de emprendimientos creativos, un resultado importante fue la alta relación que existe entre la edad y los proyectos independientes. Se observó que las edades de los emprendedores se concentran entre los 25 y 30 años de edad.

Al considerar los posibles costos de oportunidad que se van adquiriendo con la edad, como vivienda, familia, responsabilidades financieras y fiscales, se puede esperar que el periodo que permite mayor movilidad en términos de independencia sea el posterior a los estudios y previo a los compromisos a largo plazo. En este momento, las personas cuentan con responsabilidades a corto plazo; sin embargo, éstas no representan altas cantidades de dinero si se comparan con créditos hipotecarios, dar sustento familiar o las que se adquieren al establecer una familia u hogar. Esto deriva en que las personas experimentan, innovan y crean más proyectos independientes entre los 23 y 29

GRÁFICA 26
EMPRENDEDORES POR EDAD



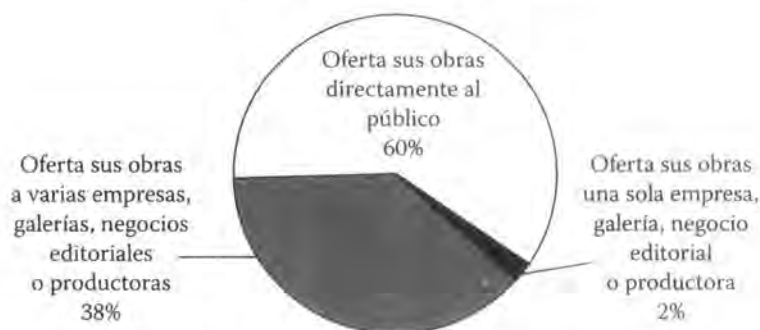
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

años; mientras que a medida que la edad aumenta requieren cubrir mayores necesidades, lo que explicaría la caída en el número de emprendedores mayores de 30 años de edad.

Dentro de los modelos de producción de proyectos independientes se observan distintas formas de venta, intercambio y distribución de contenidos. La producción puede derivar en la venta al público, a distintas empresas o a una sola empresa que contrata servicios, adquiere obra o contenidos de un productor independiente. Los resultados del análisis indican que los emprendedores culturales del Distrito Federal concentran su oferta en la venta al público.

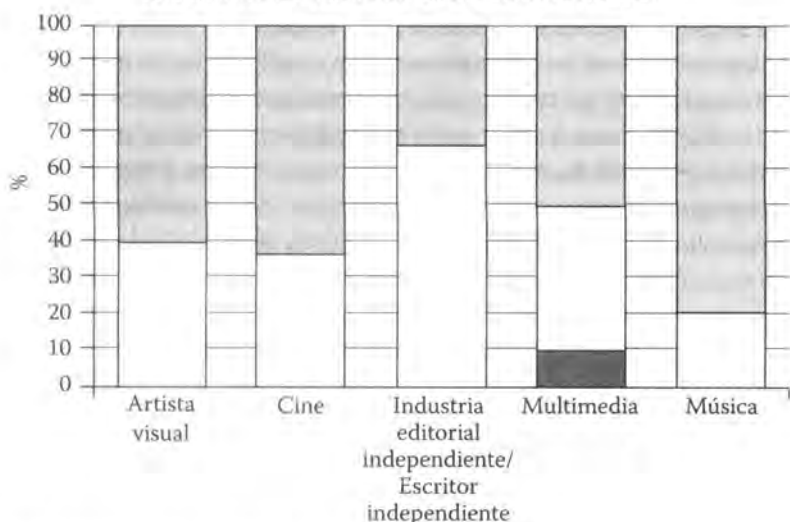
En la actualidad es posible que algún artista emprendedor, como podría ser un pintor o un músico, pueda acceder directamente al público por medio del uso de tecnologías de la información y la comunicación. Esto representa una herramienta adicional que permite que el músico o pintor pueda tener clientes establecidos y vender sus obras en galerías o disqueras. Y también pueden establecer convenios con alguna empresa en particular y únicamente crear obra para dichos clientes. Por ello, actualmente, las tecnologías de la información y la comunicación se han vuelto parte fundamental de la cadena productiva de los artistas, facilitando la difusión y distribución de sus productos creativos.

GRÁFICA 27
OFERTA DE EMPRENDEDORES



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 28
OFERTA DE EMPRENDEDORES POR ACTIVIDAD



- Oferta sus obras directamente al público
- Oferta sus obras o varias empresas, galerías, negocios editoriales o productoras
- Oferta sus obras una sola empresa, galería, negocio editorial o productora

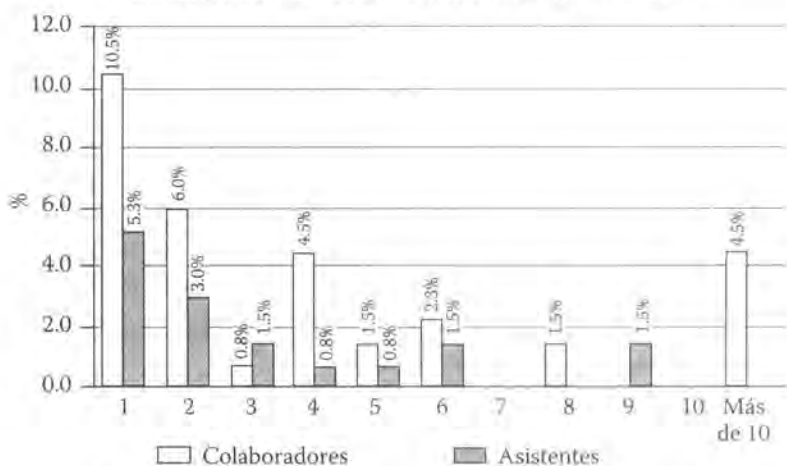
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Las diferentes maneras de operar y dirigir un emprendimiento varían con respecto a la actividad realizada. Por ejemplo, retomando el caso de los pintores y músicos, es posible observar cómo el tipo de contenidos que comercializan y crean tiene una entrada al mercado mucho más directa que a la que puede aspirar un escritor independiente o un artista multimedia. Las artes, la literatura y el arte multimedia requieren de plataformas de soporte para acceder a ellas, que en México se encuentran en una primera etapa de desarrollo. Por este motivo se observa que, en mayor proporción, estas actividades se ofertan a distribuidores y no directamente al público. Como ya se mencionó, las nuevas tecnologías han creado mercados de intercambio de contenidos culturales que hasta hace pocos años no existían; con esto se ha desarrollado una mayor diversidad de escenas e inserción de los

productos culturales en los mercados alternativos, así como la difusión en escenas no comerciales.

A las personas que reportaron tener negocios o emprendimientos independientes se les preguntó sobre su condición como empleadores o socios. Los procesos productivos en el sector creativo y cultural no se diferencian a lo observado en otros sectores económicos. Los artistas, por un lado, requieren de asistentes, editores y distintos servicios que contratan o emplean y, por el otro, tienen colaboraciones y desarrollo de proyectos dentro de colectivos de producción artística.

GRÁFICA 29
PARTICIPACIÓN DE COLABORADORES Y ASISTENTES



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

De las personas que afirmaron tener proyectos independientes, 26% aseguraron emplear al menos un asistente para realizar su actividad. Este conjunto representa 14.3% de empleadores del total de la muestra. Del mismo subconjunto de emprendedores se observó que 56.1% produce sus actividades en conjunto o colaboración, representando 28.6% del total de la muestra.

Esta marcada preferencia por las colaboraciones pone en evidencia la propensión que hoy en día tienen los jóvenes creadores para for-

mar colectivos y trabajar en conjunto. Este tipo de organización se ha visto beneficiada por las nuevas tecnologías: las cadenas de producción de bienes creativos ha cambiado la estructura de los eslabones gracias a que ahora estas fases las puede hacer el propio artista (el análisis de este rubro se profundizará más adelante). Los métodos de colaboración que usan hoy los jóvenes permiten incluso que se realicen las colaboraciones a pesar de encontrarse en lugares distintos. En las encuestas se observó que los artistas colaboran con personas que residen fuera del Distrito Federal o fuera del país.

Dentro de la producción de arte, las colaboraciones permiten enriquecer el proceso productivo y creativo, ya que los autores exponen diferentes puntos de vista buscando llegar a un resultado final. Las cadenas de creadores se ven beneficiados al enriquecerse de capital humano, entendiéndolo éste como el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y talentos que posee una persona y la hacen apta para desarrollar actividades específicas (Becker, 1964). Si contemplamos los modelos de producción teóricos podemos esperar que el incremento de colaboradores dentro de un proyecto arroje mejores resultados.

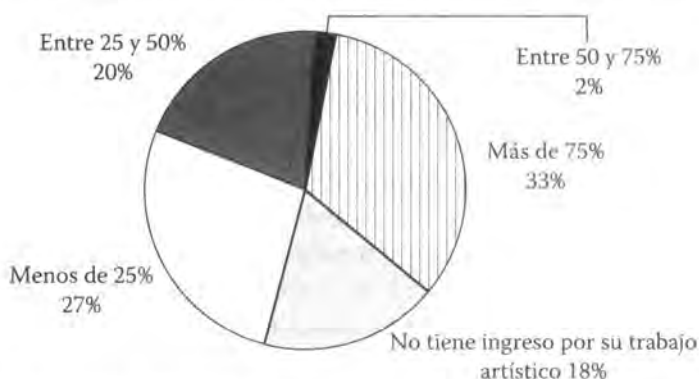
En el presente estudio se observó que parte del ingreso de los artistas proviene de las actividades relacionadas con el arte, y en otros casos de actividades complementarias o de apoyos de tutores o familiares. Por ello se incluyó una pregunta en la que se les pedía a los artistas del Distrito Federal una estimación del porcentaje de su ingreso (entre 0 y 100%) que provenía de su producción artística.

De los encuestados, 23.3% aseguró que sus ingresos provienen únicamente de la actividad artística. Sin embargo, 76.7% requiere realizar diversas actividades para completar su ingreso. Al agrupar el resto de las respuestas encontramos que 47% de los artistas recibe menos de 50% de su ingreso de la producción artística, mientras 35% recibe entre 50 y 100% de su ingreso por producción artística.

El ingreso promedio mensual que reciben los artistas encuestados mostró ser mayor al que recibe la población ocupada joven del Distrito Federal: 88.4% recibe menos de seis mil pesos mensuales de ingreso. Entre los encuestados se observó que 63% recibe más ingreso que dicha cifra. Lo anterior sugiere que una fuerte proporción de ar-

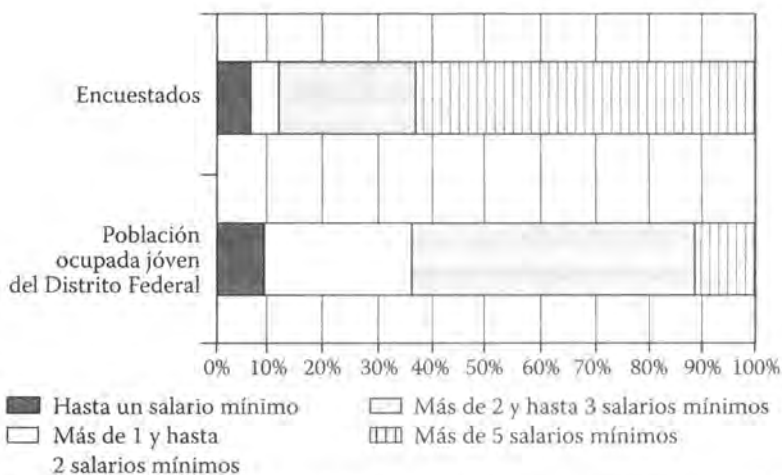
tistas jóvenes del Distrito Federal tiene ingresos superiores a los que reciben en promedio las personas ocupadas jóvenes en el Distrito Federal.

GRÁFICA 30
PORCENTAJE DE LOS INGRESOS POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 31
INGRESOS

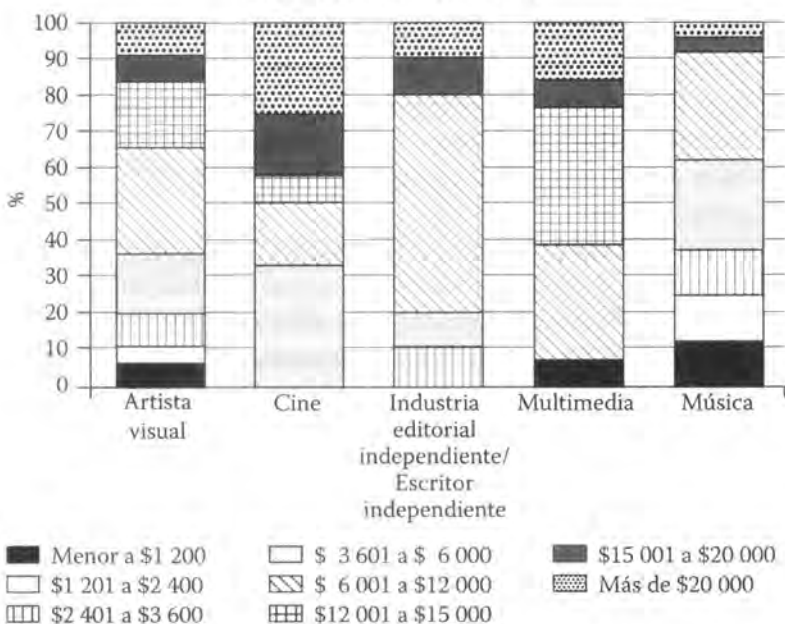


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Es importante resaltar que los artistas de la Ciudad de México acceden a redes de creadores, galerías y colectivos que presentan mejores oportunidades que en el resto del territorio nacional. Se esperaría que esta distribución de ingreso cambiara si se contemplaran artistas en todo el país, ya que como mencionó previamente, el Distrito Federal es una de las capitales culturales más importantes, lo que genera que el mercado ofrezca mayores y mejores posibilidades para la producción artística.

Los ingresos mensuales de los artistas varían dependiendo de la actividad en la que se centra su producción. La distribución de los artistas que reciben ingresos más altos se concentra principalmente en el ramo de cine y multimedia. De manera contraria, los ingresos bajos se concentran sobre todo en los músicos y artistas visuales. La mayor proporción de escritores y editores independientes mostraron con-

GRÁFICA 32
INGRESOS POR ACTIVIDAD



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

tar con ingresos de alrededor de seis mil a doce mil pesos mensuales. Como ya se explicó, los ingresos se concentran en rangos altos por el componente electrónico de la encuesta.

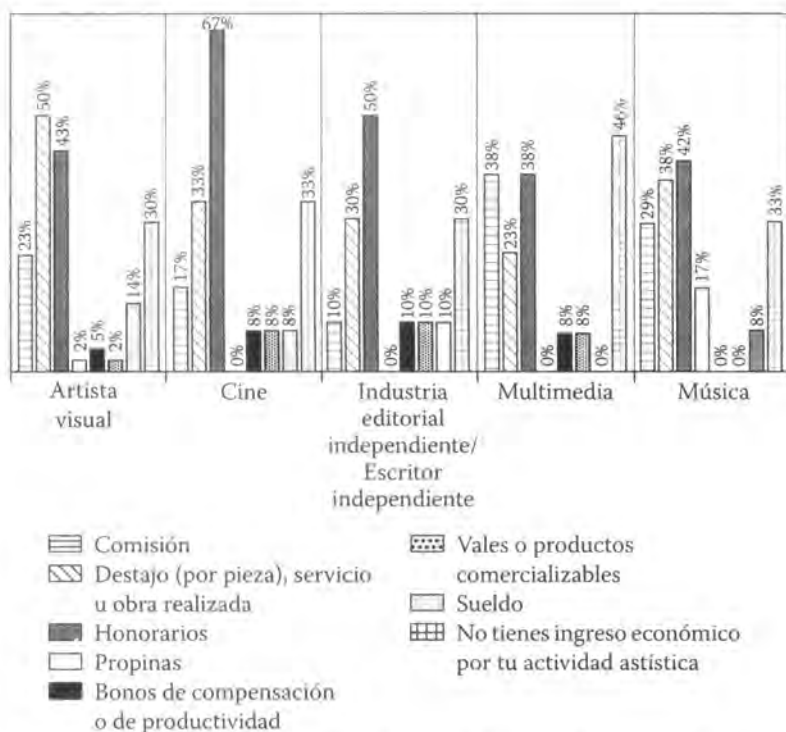
En este sentido, 62.5% de los músicos reportó tener ingresos menores a seis mil pesos, que equivalen aproximadamente a cinco salarios mínimos. Los músicos mostraron un comportamiento similar al que se observa en la población ocupada, en el rango de edad estudiado, del Distrito Federal. Los artistas que siguen a los músicos en mayor concentración en las cohortes de ingresos mensuales menores a seis mil pesos fueron los artistas visuales, con 36.3%, son seguidos por los cineastas con 33.4 por ciento.

El rubro que mostró mayor proporción de artistas con ingresos superiores a doce mil pesos mensuales fue el de los artistas multimedia, 61.3% de ellos reportó tener estos ingresos. Esta actividad se encuentra altamente relacionada con la innovación tecnológica, por lo que estos artistas cuentan con un capital humano aún escaso en el mercado, lo que les permite tener mayores retribuciones. Asimismo, la estructura de mercado les permite, independientemente de la producción artística, tener proyectos de alto valor agregado. Entre los encuestados que se dedican al cine, 50% de los jóvenes creadores mencionaron recibir ingresos superiores a los doce mil pesos; esta característica los ubica en 11% de la población ocupada joven que recibe dicha cifra de ingresos.

Las formas de producción de bienes culturales están sumamente relacionadas con la manera en la que los artistas distribuyen sus obras en el mercado. Para determinar la composición del ingreso de los artistas, se les pidió mencionar las tres principales formas de ingreso con las que cuentan. En estas opciones se incluyó "No tiene ingresos por su actividad artística". Por medio de esta respuesta se puede identificar si el proceso productivo de la creación de obra está relacionado con su manera de obtener un beneficio económico.

Entre los resultados generales de esta pregunta resalta que, aproximadamente, 30% de los artistas no reciben ingreso por la producción de obras. Además, el ingreso por sueldo dentro de las actividades artísticas que se han explorado en el presente trabajo tiene una representación baja en comparación con el resto de la muestra.

GRÁFICA 33
TIPO DE INGRESO



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Retomando el segmento de los artistas multimedia, se puede apreciar que 43% de ellos no reciben ingresos por su actividad artística. Esto enfatiza el punto que se mencionó con anterioridad, es decir, los artistas jóvenes que residen en el Distrito Federal reciben ingresos altos, pero éstos no necesariamente provienen de su producción artística.

La retribución económica en actividades como el cine y la industria editorial independiente se da principalmente a través del pago por honorarios. Independientemente del ingreso monetario por producción de obra (a destajo), el ingreso por honorarios se observa en distintas actividades realizadas por este subconjunto. El capital humano de estos artistas les permite realizar diversas actividades, tales como edi-

ción de video y fotografía, en el caso de cine, y de textos, si son escritores y editores independientes.

En el caso de los artistas visuales destaca la importancia de recibir ingresos por medio de la venta de piezas a destajo. Esta manera de ofertar bienes es distintiva de los artistas visuales, debido al tipo de proceso productivo al que se enfrentan, así como a los bienes finales de su cadena de producción.

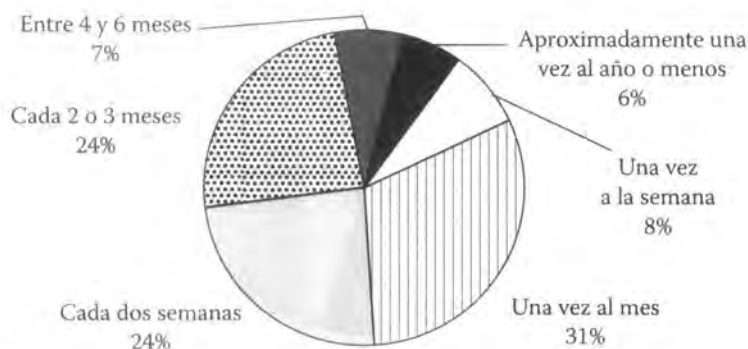
La periodicidad del ingreso, al igual que otros resultados ya descritos, muestra una alta relación con la actividad que se realiza. Los resultados muestran que la periodicidad del ingreso está altamente correlacionada con la forma de retribución económica que tiene cada artista: 62% de los artistas recibe su ingreso por lo menos una vez al mes.

Al observar las distintas artes, como el cine o las artes visuales, se puede distinguir en qué actividades artísticas la periodicidad del ingreso suele ser menos frecuente. Algunos de los encuestados de dichos rubros artísticos tienden a tardar más de seis meses en recibir un ingreso. Tiene sentido, en términos de producción, esperar que algún creativo de cine tarde más en recibir su remuneración que un músico que da presentaciones en vivo, ya que la producción de un largometraje o cortometraje tiene un proceso de producción mucho más prolongado que una presentación musical. Este comportamiento en la periodicidad de ingresos se conservó en los resultados de la encuesta.

Debido al enfoque de edad en las encuestas, se consideró importante dimensionar la presencia de apoyos de familiares o tutores en la conformación del ingreso. Por ello se les preguntó al respecto. Algunos de los artistas reciben desde apoyos monetarios hasta facilidades en vivienda. Los resultados revelan que más de la mitad, 55% de los encuestados, recibían apoyos por parte de algún tutor o familiar.

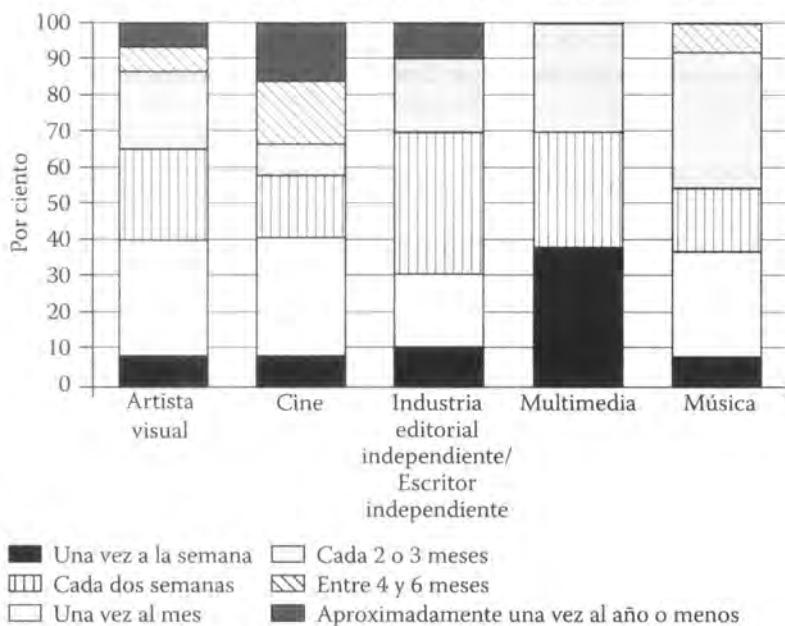
Los ingresos provenientes del tutor o la familia tienen una marcada presencia en los artistas más jóvenes. Conforme los artistas se consolidan, los apoyos tienden a disminuir. Sin embargo, se observa que una importante proporción de artistas los continúan recibiendo hasta edades superiores a los 30 años. Es importante resaltar que los apoyos también podrían encontrar su explicación en esquemas de patrocinio como auspiciantes o mecenas, apoyo financiero a artistas con el fin de

GRÁFICA 34
PERIÓDICIDAD DEL INGRESO



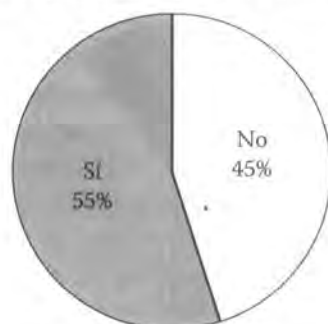
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 35
PERIÓDICIDAD DEL INGRESO POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 36
APOYOS POR PARTE DE TUTOR O FAMILIAR

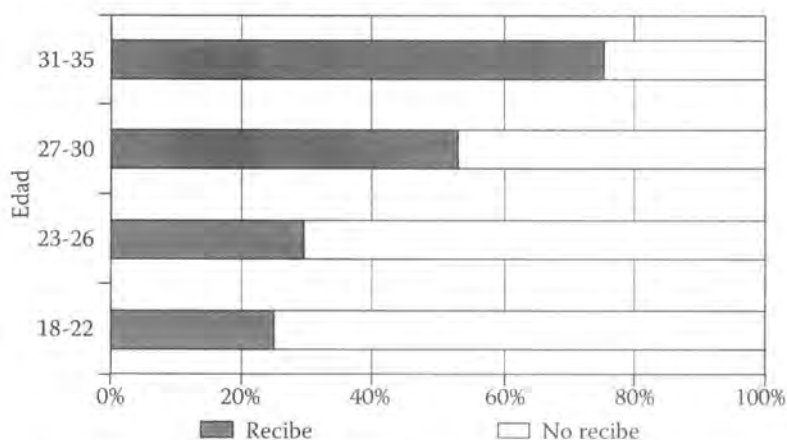


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

permitirles desarrollar su obra, prácticas que se han observado a lo largo del tiempo.

Dentro de las distintas actividades no se percibió una fuerte diferencia en el nivel de los apoyos de tutores. En promedio, 50% de los artistas reciben dichos apoyos. Destacan en este rubro los músicos, se-

GRÁFICA 37
APOYOS POR PARTE DE TUTOR O FAMILIAR POR GRUPOS DE EDAD

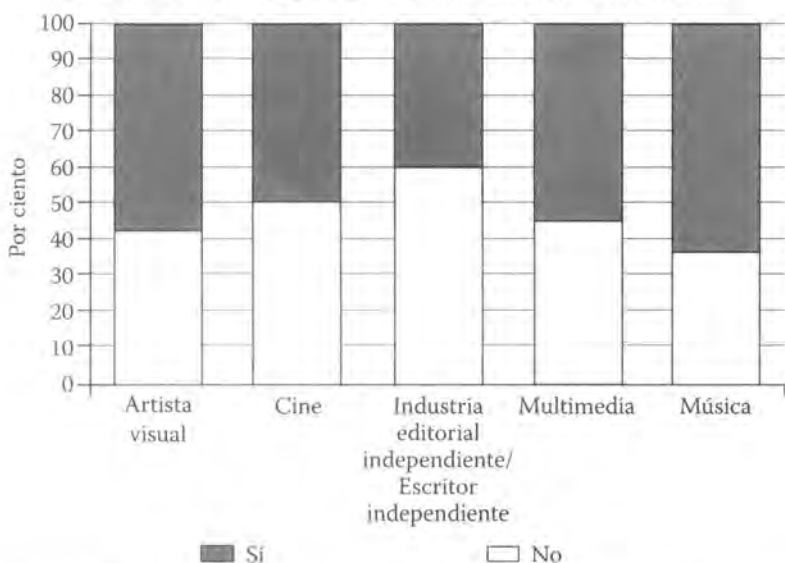


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

guidos de artistas visuales, multimedia, cine y los dedicados a la industria editorial.

GRÁFICA 38

APOYOS POR PARTE DE TUTOR O FAMILIAR POR ACTIVIDAD

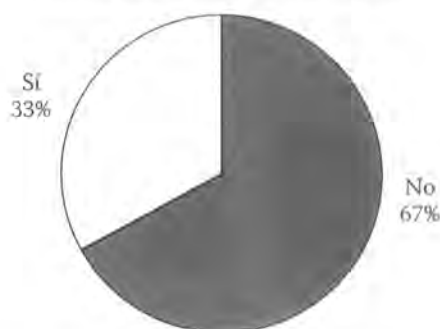


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

A pesar de que se ha observado que los artistas jóvenes, entre los 20 y 34 años, tienen ingresos altos en comparación con los percibidos por la población ocupada en el Distrito Federal, gran parte de ellos carecen de prestaciones sociales o se encuentran laborando en la informalidad. Esto los coloca en una situación de vulnerabilidad.

El sector informal, a diferencia de lo que se cree, no sólo se distingue por la evasión de impuestos. Existen diferentes maneras para definir dicho concepto. La literatura económica contempla variables como la existencia de contratos escritos, prestaciones sociales o estar dado de alta en el Registro Federal del Contribuyente para analizar el tema de empleo informal (Nexos, 2009). Para ello, se incluyeron dichas preguntas con el fin de profundizar en este tema.

GRÁFICA 39
TENENCIA DE CONTRATO LABORAL



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

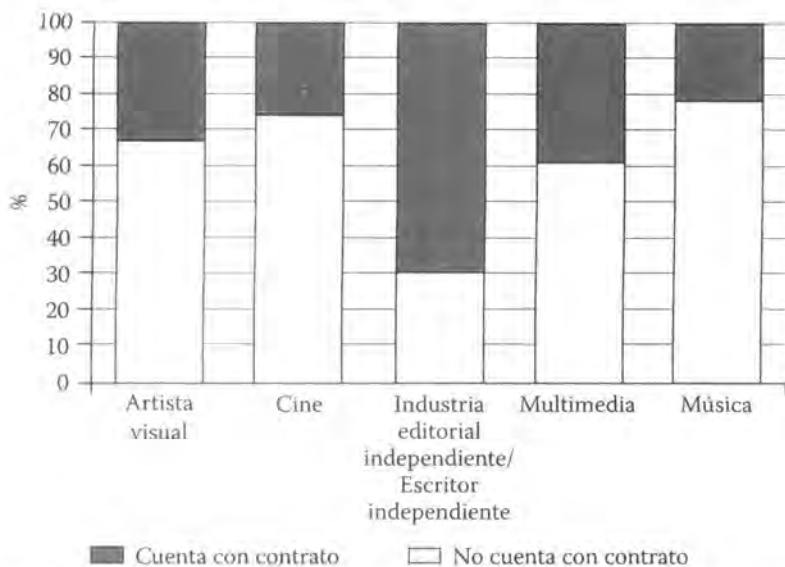
Se observó que sólo 33% de los artistas cuentan con un contrato laboral escrito. A pesar de que la Ley Federal de Trabajo contempla que los acuerdos verbales son suficientes para velar por los derechos de los trabajadores, los contratos escritos facilitan dicho proceso. No obstante, la Ley Federal del Trabajo obliga a los empleadores a brindar un contrato escrito donde se especifiquen las condiciones y prestaciones de dicho empleo, por lo que su ausencia es una violación a dicha ley.

Los artistas empleados en la industria editorial independiente fueron los que en más ocasiones mencionaron contar con un contrato por escrito, al menos 70% de ellos. El capital humano con el que cuentan estos artistas les permite trabajar, independientemente de la creación de obra, en grupos editoriales y empleos en la industria editorial, con contratos escritos. Aproximadamente 70% de los artistas, en el resto de las actividades, negó contar con este tipo de acuerdo. También, es importante recalcar que 100% de ellos mencionó realizar diversas actividades para completar su ingreso, lo que sugiere que en buena medida requieren laborar en instituciones formales.

De los artistas jóvenes, únicamente 10.6% afirmaron tener alguna prestación social, ya sea IMSS/ISSSTE, Infonavit o estar en alguna Afore; 8.7% mencionaron tener alguna prestación médica, mientras

GRÁFICA 40

TENENCIA DE CONTRATO LABORAL POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



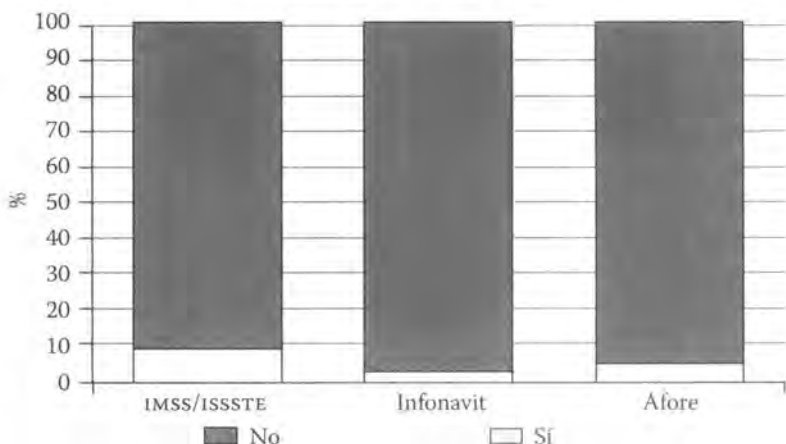
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

que 5.8% respondieron contar con Afore y sólo 2.9% reportó cotizar en el Infonavit. Estos resultados sitúan a los jóvenes pertenecientes al sector creativo y cultural en una situación de vulnerabilidad, ya que la vasta mayoría no cuenta con prestaciones sociales. En particular si se comparan con el 66.5% de personas ocupadas en el Distrito Federal que cuentan con los servicios que presta el Instituto Mexicano del Seguro Social.

Esta situación ha llamado la atención de los reguladores y gestores de la política cultural mexicana. Recientemente se han observado intentos por crear un fondo de apoyo para los artistas que no cuentan con acceso a prestaciones sociales. En algunos estados, como Jalisco, se ha logrado aterrizar políticas que buscan mejores condiciones laborales para los artistas.

Al igual que en la existencia de contratos, los escritores independientes y los artistas multimedia mostraron mayor cobertura de pres-

GRÁFICA 41
PRESTACIONES LABORALES



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

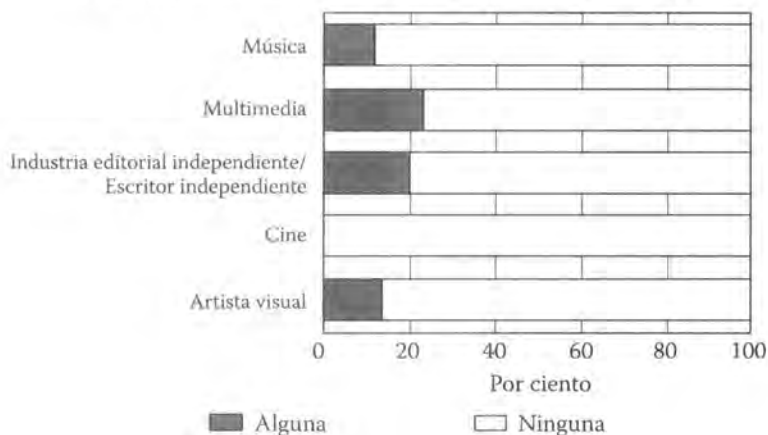
taciones sociales. Llama la atención el caso de los artistas dedicados al cine, ya que 100% de ellos negó tener acceso a prestaciones sociales.

Contemplando otra definición de informalidad laboral, se encontró que 45% de los encuestados no está registrado en el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Esto, si bien no representa costos en términos individuales, sí da como resultado altos costos sociales. La falta de inclusión de personas en el Registro Federal de Contribuyentes se traduce en pérdidas tributarias.

Si bien el pago de impuestos podría no parecer una idea atractiva para los artistas en términos individuales, en el aspecto global representa un beneficio para el sector en su totalidad. Mayor recaudación fiscal se podría traducir en mayores apoyos y en la creación de una infraestructura cultural.

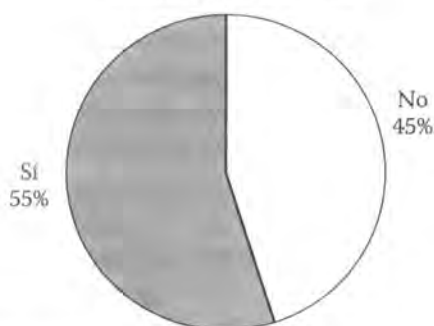
Al contemplar la información por actividad, resalta una vez más la industria editorial independiente. Aproximadamente 90% de los encuestados en esta área cuenta con registro. De manera semejante a las prestaciones y los contratos, los músicos son los que se mantienen en mayor proporción en la informalidad, seguidos por los artistas visuales, los cineastas y los artistas multimedia.

GRÁFICA 42
PRESTACIONES LABORALES POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

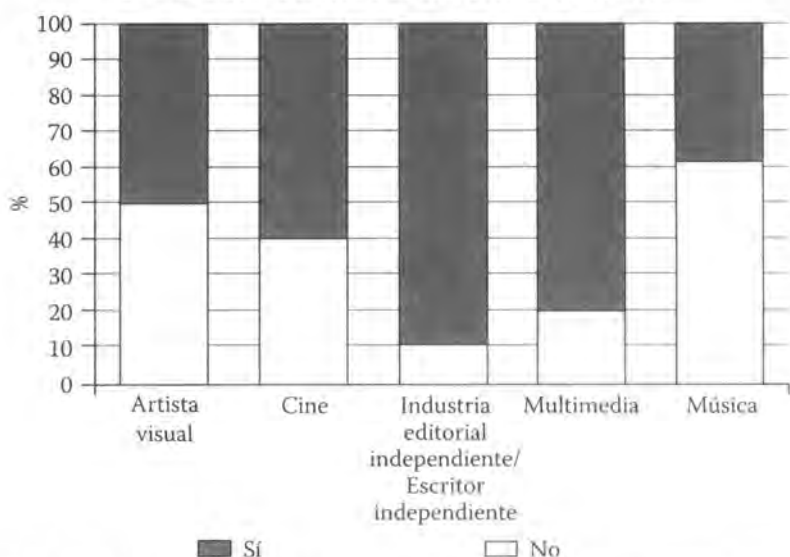
GRÁFICA 43
CREADORES INSCRITOS EN EL REGISTRO FEDERAL
DE CONTRIBUYENTES



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

El número de personas dado de alta en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) se encuentra positivamente relacionado con el de las prestaciones sociales y los contratos; es decir, personas que tienen

GRÁFICA 44
 CREADORES INSCRITOS EN EL REGISTRO FEDERAL
 DEL CONTRIBUYENTE POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

su cédula de identificación fiscal con otras prestaciones laborales. Con estos resultados se concluye que la informalidad por actividad, en términos generales, se puede jerarquizar en músicos, artistas visuales, cine, multimedia y escritores y editores independientes.

APOYOS Y SUBSIDIOS A LA PRODUCCIÓN

Los creadores, en alguna proporción, dependen de apoyos y becas que ofrecen el Estado y algunas instituciones privadas. Por medio de dichos apoyos, los artistas pueden financiar su producción, sus estudios e incluso su manutención.

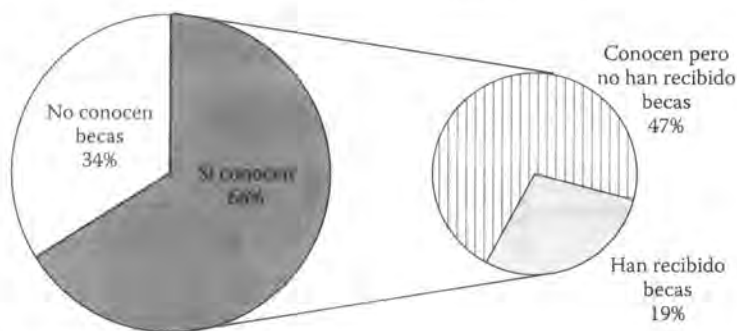
Dentro de los resultados de la encuesta, se encontró que 66% de los encuestados tiene conocimiento de dichas becas. De este porcentaje, se distinguió la importancia que tienen los apoyos provenientes

del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca), ya que éstos fueron los que tuvieron mayor número de menciones. De las becas de instituciones privadas resaltaron las que otorgan la Fundación Jumex, la Fundación Bancomer, Adidas y el Centro Cultural Border.

Sin embargo, sólo 28% de las personas que conocen la existencia de estas becas las ha recibido. Esta cifra representa 19% de nuestro universo de encuestados. Se distinguieron dos grupos entre los artistas que han recibido becas, los que obtuvieron apoyos nacionales y los que han recibido ayudas nacionales e internacionales: 33% de los que mencionan haber recibido algún apoyo han contado con financiamiento por parte de instituciones extranjeras y nacionales; el restante 67% sólo ha recibido becas y apoyos nacionales. Dentro del cuestionario se incluyó la opción de apoyos únicamente internacionales; sin embargo, ésta no tuvo menciones.

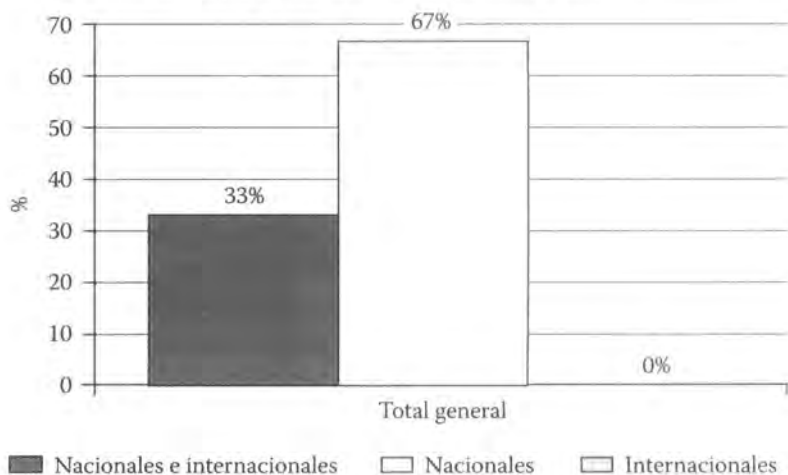
De los artistas que han recibido apoyos, 55% de ellos lo obtuvo para producir y crear obras artísticas y 35% para la formación de capital humano, mientras que 20% aseguró haber contado con dicho apoyo para la investigación en torno al sector artístico, y 15% para promocionar su trabajo. Por último, sólo 5% mencionó haber recibido algún apoyo para la creación de proyectos independientes y creación de obra.

GRÁFICA 45
BECAS Y APOYOS A LA PRODUCCIÓN



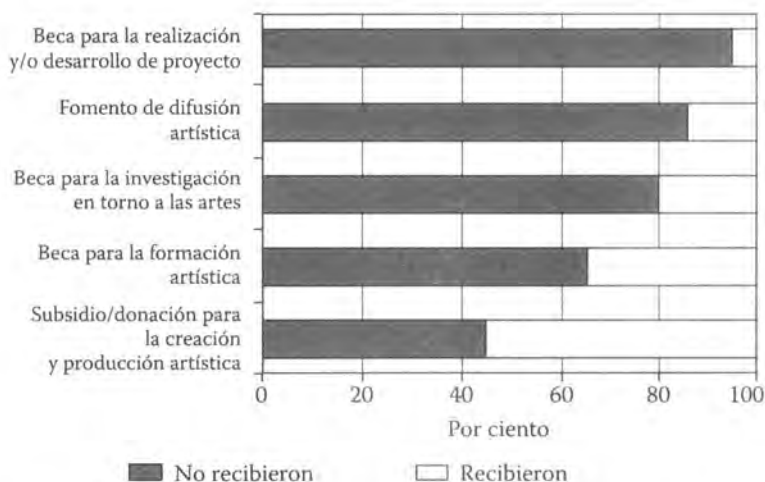
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 46
APOYOS NACIONALES E INTERNACIONALES



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

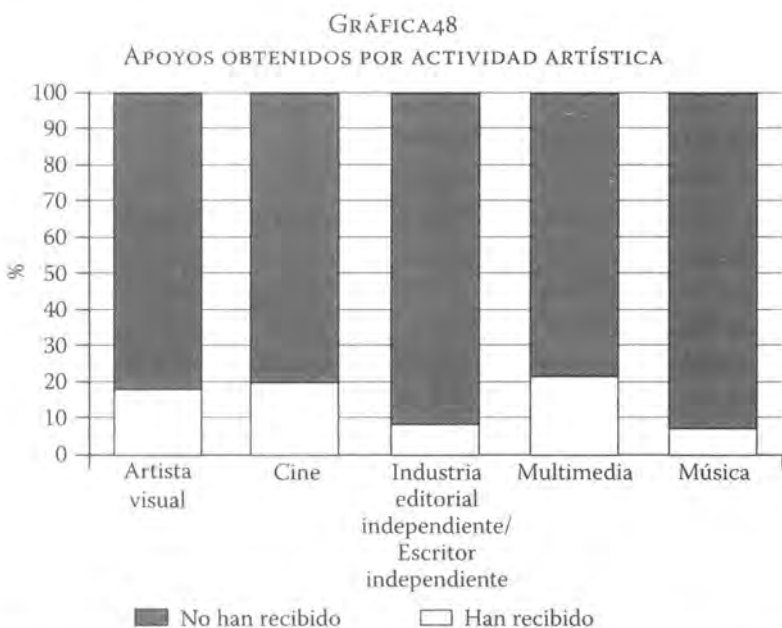
GRÁFICA 47
TIPO DE APOYO RECIBIDO



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

De los artistas que mencionaron haber recibido apoyos, se observa que 24% de los artistas multimedia encuestados recibió algún tipo de patrocinio. Este resultado los coloca como el grupo que recibe mayor cantidad de apoyos en proporción con el resto de los artistas en este grupo de edad.

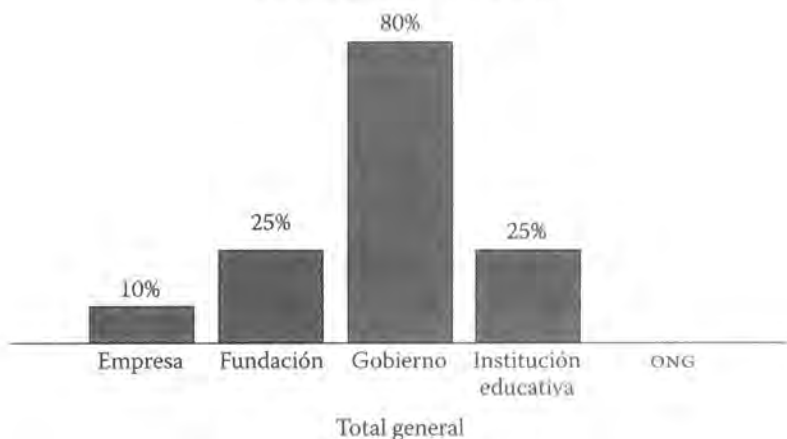
Los creadores de cine ocupan el siguiente peldaño, ya que 20% de ellos mencionó haber obtenido algún tipo de apoyo. Por otra parte, 19% de los artistas visuales mencionó haber recibido algún subsidio o beca. Las actividades vinculadas a la música y las editoriales independientes reciben 8 y 9%, respectivamente, una participación baja comparada con los otros factores.



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

A los encuestados se les pidió que mencionaran tres tipos de instituciones diferentes que les hubieren otorgado apoyos, razón por la que la suma arroja más de 100% (véase la gráfica 49): 80% de los artistas

GRÁFICA 49
APOYOS POR INSTITUCIÓN



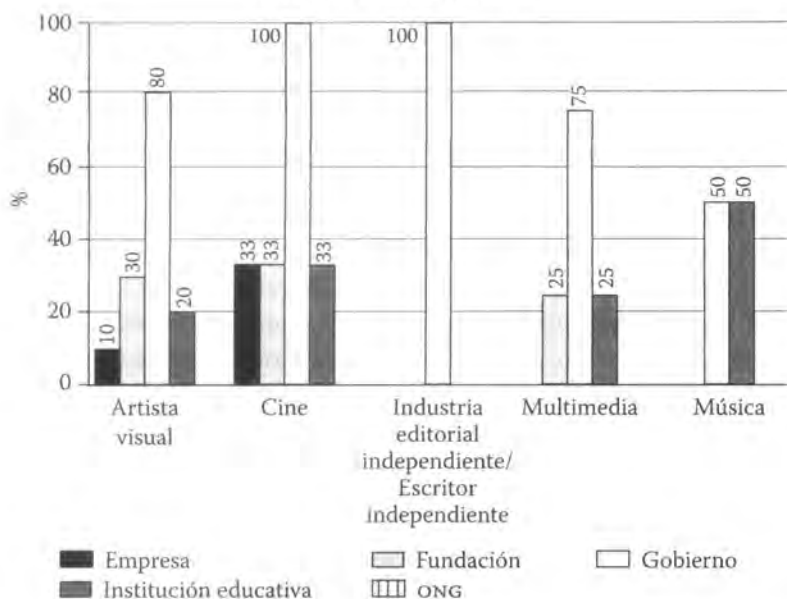
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

que mencionaron haber recibido algún apoyo aseguraron que el otorgante fue alguna institución gubernamental, y una gran proporción indica como origen al Fonca. Las fundaciones e instituciones educativas se mencionaron como otorgantes de apoyos al 25% de los artistas que han recibido algún tipo de recursos económicos. Las empresas sólo fueron mencionadas por 10% de los entrevistados, lo cual sugiere que el sector privado goza de grandes oportunidades para incidir dentro de la producción artística; es por ello que una regulación fiscal podría detonar esta inversión.

Es importante mencionar que las instituciones gubernamentales otorgan apoyos a las diferentes actividades que se analizan en este estudio. En el caso de los escritores y editores, el gobierno es la única instancia que les otorgó apoyos. Los artistas visuales son los que reciben un mayor beneficio económico de parte del gobierno, las fundaciones, las instituciones educativas y las empresas.

La temporalidad con la que se otorgan varía de acuerdo con su finalidad: 40% de los encuestados que han recibido algún apoyo mencionaron que éste se otorgó durante un año; sólo 15% mencionó haber

GRÁFICA 50
APOYOS POR ACTIVIDAD



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 51
DURACIÓN DE LOS APOYOS



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

recibido apoyos cortos, de seis y dos meses. El resto de los artistas obtuvo recursos hasta por cuatro años.

USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Durante la última década ha quedado claro que las tecnologías de la información y la comunicación se han convertido en una plataforma de consumo de contenidos culturales. El acceso a éstos ha permitido que la industria cultural y creativa adquiera un papel dinámico y adaptativo. Sin embargo, no sólo los consumidores de bienes y servicios culturales se mudaron a las nuevas tecnologías, también lo han hecho los productores, tanto de bienes culturales como creativos.

Uno de los ejemplos más claros es la adaptación de la industria musical a las nuevas tecnologías. La cadena productiva de la creatividad musical mantuvo, durante muchos años, un eslabonamiento que iniciaba con el autor y terminaba con el consumidor. En este proceso se distinguían la fase creativa, la inversión, la producción, la distribución, la comercialización y la apropiación y ejecución de contenidos. Esta cadena de valor iniciaba tradicionalmente con la creación de música y canciones por parte de los autores y compositores, la fase creativa. Esta etapa se mantiene a pesar del cambio que ha vivido la industria; incluso, se ha observado que gran número de intérpretes se ha beneficiado por los bajos costos de difusión que la tecnología brinda. Como resultado esta fase vive un proceso de expansión.

En el segundo eslabón de la cadena se encuentra la inversión. Es allí donde se adquiere la infraestructura y el capital necesarios para su edición y grabación. Incluye tanto al capital físico como al capital humano, y le permite a una empresa aumentar su capacidad productiva. Sin inversión no hay producción. Es en esta fase que se comienzan a observar las transformaciones. Si bien antes no era posible salir a la vida pública como autor sin pasar por esta fase, hoy en día la tecnología ofrece la posibilidad de realizar la edición y la grabación de contenidos de manera satisfactoria con menores costos de producción. Los programas computacionales a los que acceden los músicos de carrera

son los mismos que tienen a su disposición estudiantes por medio de descargas ilegales. Si bien esto no es conveniente en el proceso de innovación, sí ayuda de manera directa a este creciente grupo de músicos en potencia. A su vez, los músicos, hoy en día, pueden salir a la vida pública por medio de portales como MySpace y distintas redes sociales direccionadas al sector musical.

Estos beneficios, de manera semejante, impactan la productividad y creatividad de los artistas. El capital humano con el que cuenta un artista puede verse muy beneficiado por las actuales plataformas de interacción. Contar con una conexión a internet es una herramienta fundamental para competir en un entorno global. En el caso de los artistas que residen en el Distrito Federal 91% de ellos respondieron que contaban con dicha herramienta.

GRÁFICA 52
CONEXIÓN A INTERNET

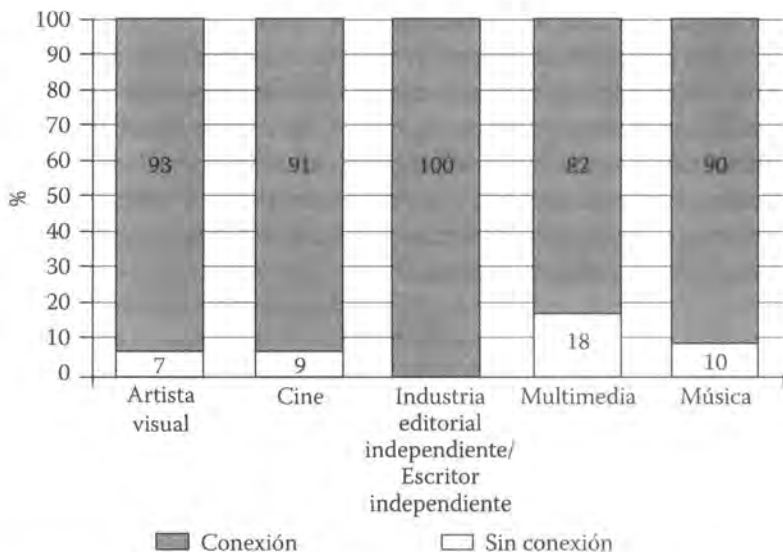


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

La penetración de acceso a internet no tiene el mismo comportamiento dentro de los sectores artísticos. En el caso de los escritores y editores independientes se observó una penetración de 100% de los servicios de internet. Los artistas multimedia mostraron tener la penetración más baja en comparación con el resto de las actividades, 18.3% de ellos no cuenta con dicho servicio. Sin embargo, esta baja penetración es relativa, ya que si se compara con la penetración del Distrito Federal por hogar, 39.2% (INEGI, 2010), resulta que están por encima

del ciudadano promedio. Los artistas visuales, de cine y música obtuvieron 93, 91 y 90%, de forma respectiva.

GRÁFICA 53
CONEXIÓN A INTERNET



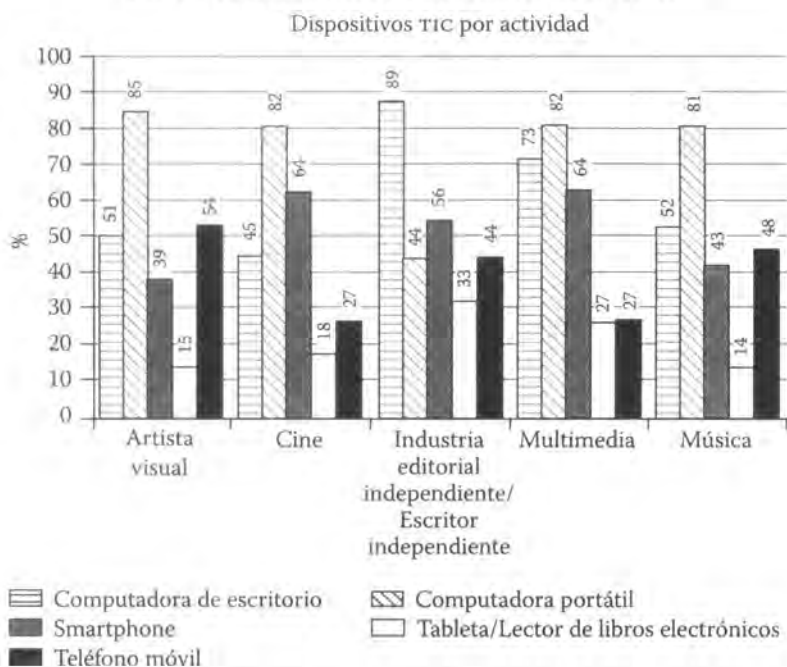
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

El acceso a internet resulta fundamental para explotar los beneficios que brindan las TIC; sin embargo, las plataformas juegan otro papel destacado en la expropiación de los beneficios por las TIC. Los dispositivos permiten que se tenga acceso a internet y a otro gran número de herramientas que potencializan la productividad.

Se observa que, para los artistas jóvenes del Distrito Federal, los equipos de cómputo portátiles tienen una elevada penetración. En el caso de todas las actividades artísticas, con excepción de los escritores y editores independientes, es el dispositivo de mayor importancia. De manera semejante, los teléfonos inteligentes o *smartphones* tienen una elevada presencia en comparación a lo que se observa a nivel nacional: 15.5% de las líneas del país se usan por medio de alguno de estos dispo-

sitivos. Éstos, acompañados de los equipos de cómputo de escritorio, fueron los que mostraron mayor importancia en términos de producción.

GRÁFICA 54
USO DE TECNOLOGÍA POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

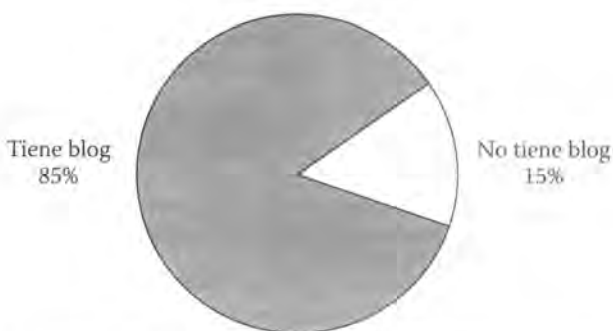
En una encuesta realizada por Dnx Group/Designit a jóvenes mexicanos y españoles se observó una penetración similar de los distintos dispositivos. La información que arrojó dicho estudio es que las computadoras portátiles y de escritorio tienen una penetración de 80.4 y 77.4%, respectivamente. En cuanto a los teléfonos inteligentes, 42.5% de los jóvenes aseguró usarlos, porcentaje que se acerca con cierta variabilidad al resultado que se obtuvo para las distintas artes. La penetración en conjunto de las tabletas y libros electrónicos de nuestros

artistas encuestados se acerca a los resultados obtenidos para los jóvenes españoles y mexicanos, donde 14% mencionó tener una tableta y 9.7% un libro electrónico.

El uso de los espacios cibernéticos ha tenido un gran impacto en el comercio de contenidos culturales, ya que funcionan como un ámbito de intercambio de contenidos y de información. Independientemente de las posibilidades de comerciar obra, estas plataformas permiten que los artistas accedan a redes de creadores y, por medio de la interacción, enriquezcan sus propios procesos creativos.

Una de las principales herramientas es el uso de los sitios web o blogs. Con ello los artistas han logrado compartir su trabajo con un gran número de personas. Sólo 15% de los encuestados negó contar con alguna de estas plataformas en línea. Este resultado muestra que los artistas tienen mayor uso de los blogs o sitios que los jóvenes promedio. La encuesta realizada por Dnx Group/Designit reveló que únicamente 38.3% de los jóvenes hacen uso de estos medios de divulgación.

GRÁFICA 55
USO DE BLOGS



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

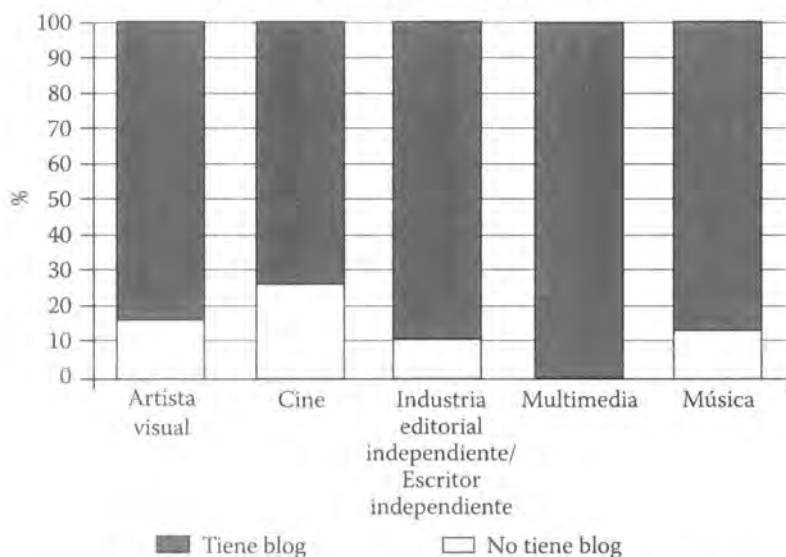
Al segregar la información por actividad artística se observa que el comportamiento varía dependiendo del sector. La importancia de los soportes cibernéticos para el arte multimedia es innegable; ejemplo de esto es que 100% de los artistas multimedia cuenta con un sitio o página web. Le siguen en cuanto al uso los escritores independien-

tes y músicos, quienes crean contenidos comercializables en línea, por lo que las plataformas ofrecen grandes posibilidades.

A diferencia de lo observado para la conexión propia a internet, los artistas multimedia mostraron ser el subconjunto que cuenta con mayor penetración de sitios web o blogs. Este resultado sugiere que, a pesar de que 18% de los artistas multimedia no cuentan con conexión propia, 100% de los encuestados en este rubro necesariamente cuentan con acceso a internet por algún otro medio, como conexiones públicas o de instituciones educativas.

Los escritores y editores independientes fueron el segundo grupo en el uso de sitios web o blogs: 88.7% de ellos cuenta con espacios en línea. Los músicos mostraron una penetración de 86%, seguidos por los artistas visuales, con 82.6%. Los creadores enfocados al cine fueron el grupo que mostró menos uso de espacios web, a pesar del alto dinamismo que se ha mostrado en los sitios dedicados al video.

GRÁFICA 56
USO DE BLOG POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA

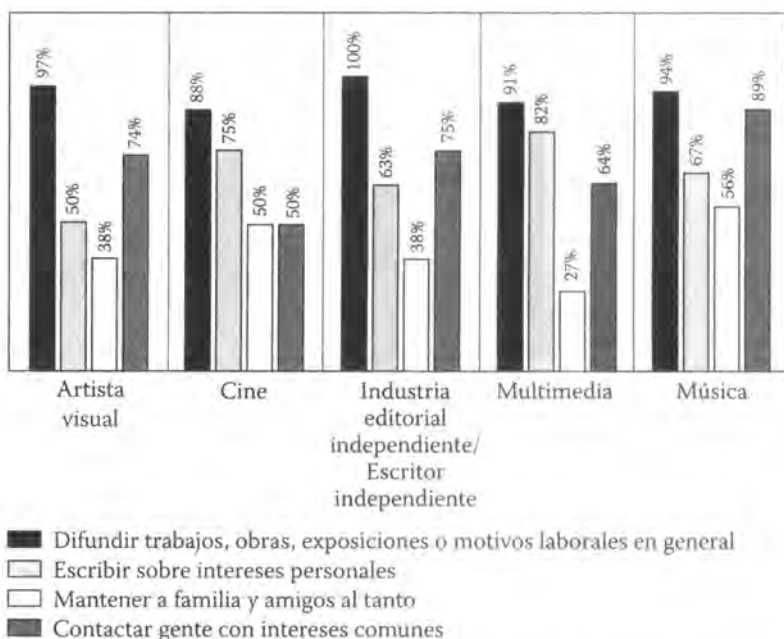


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Se observó que para los artistas, la difusión de su trabajo tiene la mayor importancia en el uso de sitios y blogs. En el caso de los escritores y editores independientes, 100% mencionó que usa como plataforma de difusión sus sitios. Para las actividades visuales, multimedia y musicales se observó que más de 90% de ellos lo utilizan como un medio de difusión.

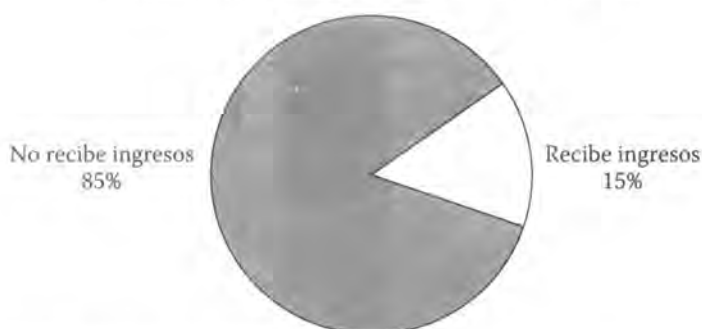
La creación de redes laborales y de intereses también se presenta como una actividad recurrente por una buena parte de los artistas. Para los músicos mostró una elevada importancia: 89% de ellos mencionaron contactar gente con intereses comunes por medio de sus sitios. A su vez, publicar sus intereses mostró tener menor importancia entre los artistas visuales o músicos. Sin embargo, 83% de los artistas multimedia mencionaron escribir sobre intereses personales.

GRÁFICA 57
USO DE SITIOS POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 58
INGRESOS OBTENIDOS POR SITIOS WEB O BLOGS



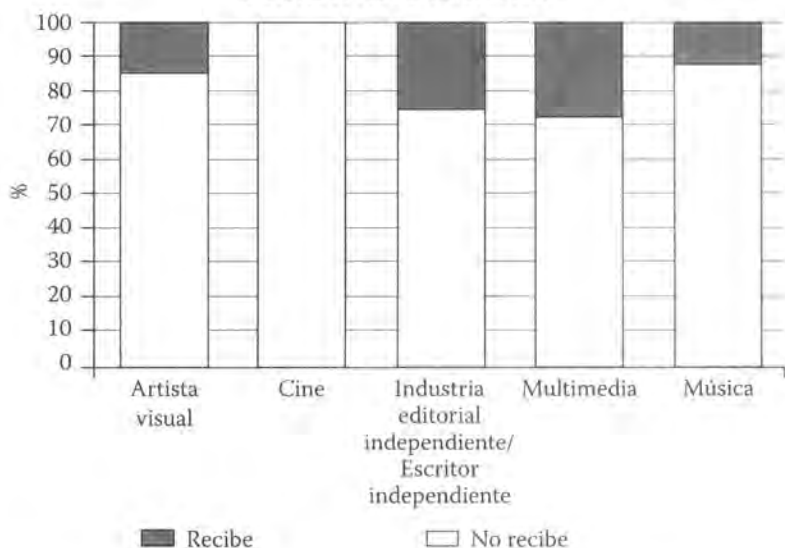
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

El acceso de los consumidores a los espacios de los artistas puede brindar oportunidad de realizar negocios o de ventas. Una revista en línea puede tener ingresos por publicidad, lo que asegura su continuidad sin tener que cobrarles una tarifa a los suscriptores. Otro caso es la venta de descargas musicales o visuales; con esto los músicos, los artistas visuales y los creadores de cine pueden distribuir sus contenidos. No obstante, los creadores de arte en el Distrito Federal no muestran tener ingresos por la publicación de espacios en línea: únicamente 15% de ellos mencionó recibir ingresos monetarios por sus sitios. Este resultado muestra un nivel por debajo de lo que reportaron los jóvenes españoles y mexicanos: 21.1% de ellos mencionó recibir ingresos.

En este sentido, 25% de los artistas multimedia aseguraron recibir ingresos por sus sitios o blogs. De los escritores y editores, 23% afirmó tener ingresos. Los artistas visuales y músicos fueron los siguientes en ingresos por sitios con 15 y 11%, respectivamente; 100% de los creadores de obras cinematográficas negó tener ingreso por alguna página o sitio web.

De los artistas que mencionaron tener ingresos en línea, 72% de los artistas visuales aseguraron tener ingresos por venta directa, 13% por publicidad y 15% por abrirlo al público; 33% de los artistas multimedia recibieron ingresos por venta directa, 35% por publicidad y 32% por

GRÁFICA 59
 INGRESO OBTENIDO POR SITIOS WEB O BLOGS
 POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA

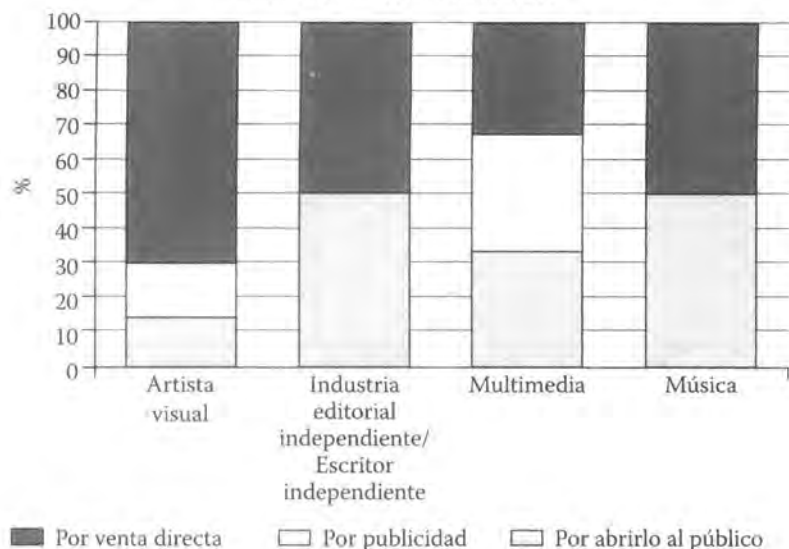


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

abrirlo al público; 51% de los escritores y editores mencionó tener ingresos por abrirlo al público y el restante 49% por publicidad. La mitad de los músicos que tienen ingresos mencionó que son por publicidad, la otra mitad por ingresos directos del portal. En el caso de los músicos y escritores, los resultados sugieren que los modelos de producción y distribución de contenidos escritos y musicales en línea están respaldados por el acceso de sus usuarios.

Se observó que la proporción de artistas jóvenes que reside en el Distrito Federal y que siguen o visitan algún sitio en particular es mayor entre los artistas multimedia, 62%. Los artistas visuales ocupan el segundo lugar con 52% de artistas que siguen algún sitio. Los escritores y editores son los que muestran menor apego a esto. Los sitios mencionados abarcan toda una gama de preferencias; sin embargo, Wikipedia y los sitios de noticias fueron los que se repitieron en mayores ocasiones. Los encuestados que mencionaron seguir algún si-

GRÁFICA 60
TIPO DE INGRESOS POR SITIOS WEB O BLOGS
POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA

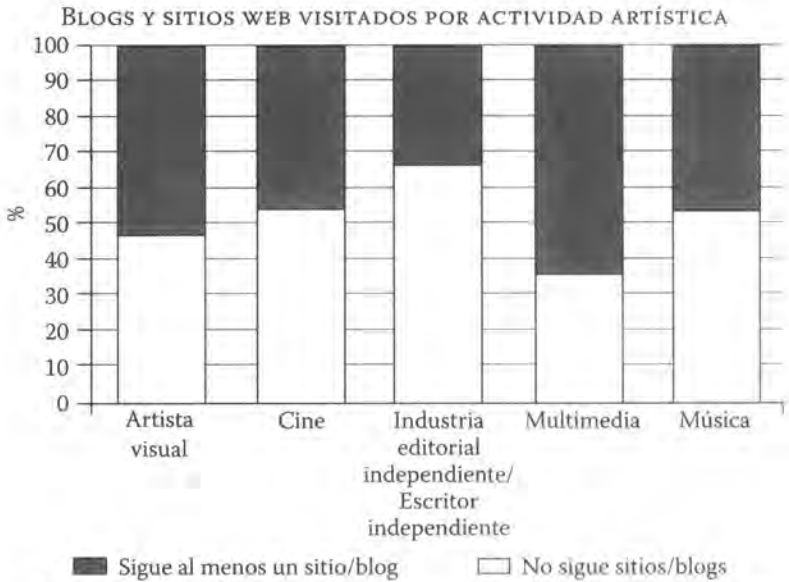


FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

La actividad que los usuarios consideran esta actividad como insumo para su trabajo, es decir, los contenidos que consumen dentro de dichos sitios son utilizados para generar obra, sobre todo los artistas visuales, multimedia y de cine. La segunda actividad que mostró mayor importancia en los artistas que visitan sitios de manera recurrente fue el consumo de contenidos digitales, tales como videos, fotografías y música. Se jerarquizó como actividad de menor importancia el establecer contacto con conocidos por medio de sitios; esta actividad se ha mostrado recientemente como exclusiva de las redes sociales.

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la actualidad. La frecuencia en uso y la penetración de estos servicios entre los jóvenes permiten concluir que juegan un papel esencial en el acceso a la comunicación. El rol que desempeñan varía respecto de la red que se visita y los intereses particulares de los usuarios. Conocer las razones de la variabilidad en el uso nos permite aproximarnos, de

GRÁFICA 61



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

manera más clara, a las utilidades prácticas y laborales de la gente y de los artistas en particular.

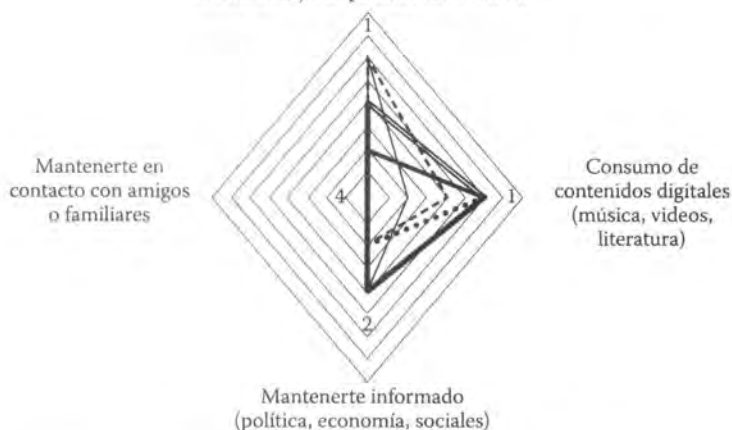
La interacción en línea mostró ser importante para los artistas encuestados: 98% de ellos accede a redes sociales, cifra de penetración más elevada que la conexión a internet propia. Dicho resultado muestra que la penetración de redes sociales del subconjunto de artistas que reside en la Ciudad de México es similar al comportamiento de los internautas en las redes sociales reportado por la AMIPCI en 2012: 92% de los internautas mexicanos reportó tener acceso a las redes sociales.

El acceso que se tiene a Facebook es significativamente elevado, 96% de los encuestados respondieron que usan dicha red. La cohorte que mencionó en menos ocasiones hacer uso de Facebook fue la de los artistas enfocados al cine; únicamente 80% de ellos. A su vez, redes como Twitter, que han adquirido gran importancia en la comunicación en la actualidad, presentan una alta penetración: 79% de los encuestados afirmaron utilizarla. Los artistas visuales presentaron la menor

GRÁFICA 62

TIPO DE CONSUMO DE CONTENIDOS EN SITIOS WEB Y BLOGS

Obtener información o recursos que uso en mi trabajo de producción artística



..... Artista visual

———— Industria editorial independiente/
Escritor independiente

----- Cine

———— Multimedia

===== Música

FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 63

ACCESO A REDES SOCIALES



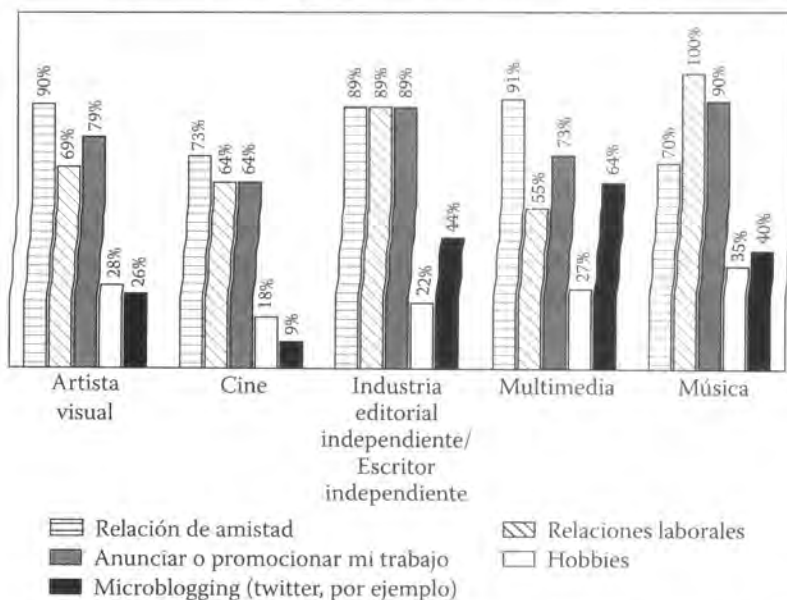
FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

TABLA 1

	Artista visual %	Cine %	Industria editorial independiente/ Escritor independiente %	Multimedia %	Música %	Artistas D.F. %
Facebook	95	80	100	100	100	96
Twitter	67	90	89	100	82	79
Google+	35	44	25	45	59	42
MySpace	21	22	13	22	42	26
LikedIn	17	40	25	60	19	26
Flickr	51	22	25	44	29	40
Lasf.fm	9	0	33	33	22	17
Tumblr	65	0	33	70	29	47
Deviantart	27	0	33	50	13	24

GRÁFICA 64

USO DE REDES SOCIALES POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

penetración de Twitter: sólo 67% de ellos mencionaron usarla. Dentro de la encuesta que realizó Dnx Group/Designit se observó que 97% de los jóvenes mexicanos que usan internet acceden a Facebook, 53% a Twitter, 48.4% a Google+ y 26% a MySpace. Estos resultados muestran un comportamiento similar entre los jóvenes y los artistas jóvenes; la única red que mostró mayor preferencia dentro de los artistas del Distrito Federal es Twitter.

De los resultados para redes especializadas, como MySpace y Flickr, se observó que los artistas de las diferentes actividades hacen uso de las redes referentes a su actividad. La penetración de Flickr resultó alta entre los artistas visuales y multimedia, con 51 y 44% de penetración, respectivamente. Esta red está construida para compartir fotografías e imágenes, lo que permite que sea posible exponer el trabajo visual. Los artistas de ambas categorías mostraron que la promoción de su trabajo es uno de los principales usos que le dan a las redes. Los músicos, de manera análoga, mencionaron hacer uso de las redes para promocionar su trabajo y establecer relaciones laborales. Este resultado coincide con que 42% de ellos mencionó hacer uso de MySpace, red que ha permitido que músicos de todo el mundo realicen ambas actividades de manera eficiente.

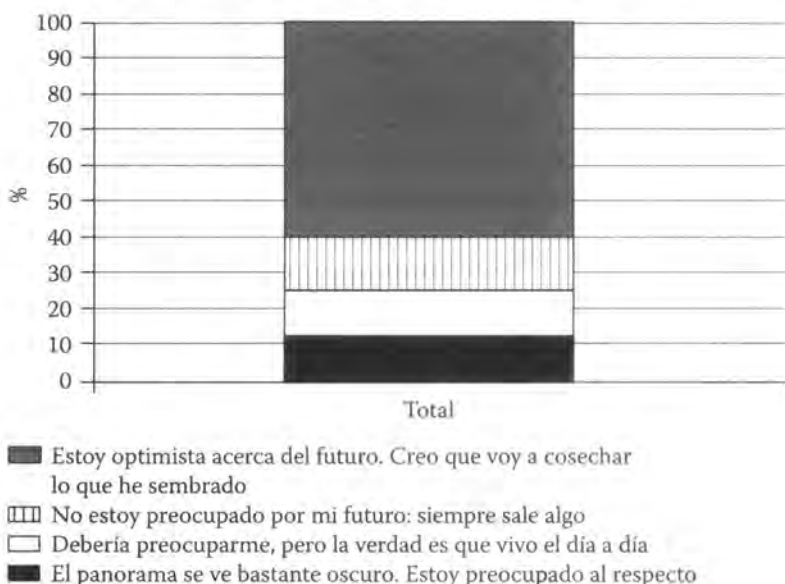
Las relaciones, tanto laborales como personales, fueron el principal uso de las redes. Por los resultados observados en las redes usadas y la utilización que se les da, tiene sentido esperar que estas redes sean más genéricas que especializadas. También resalta la baja importancia que tienen las relaciones laborales en las redes para los artistas multimedia.

PERCEPCIONES Y PERSPECTIVAS SOBRE EL MERCADO DEL ARTE

En nuestros días, el sector cultural se muestra dinámico y productivo; es hasta hace poco tiempo que se ha mostrado el alto valor económico que genera. Estos resultados han comenzado a cambiar la idea que existía de dicho sector, en el que sólo se consideraba su valor estético. Estas creencias presentaron al mundo una idea de artistas frustrados

y sin oportunidades. Pese a lo que se concebía, 59% de los artistas del Distrito Federal dijo estar optimista acerca del futuro. Únicamente 13% de ellos mencionaron percibir un panorama oscuro y estar preocupado por su futuro.

GRÁFICA 65
PERSPECTIVA DE LOS CREADORES SOBRE EL FUTURO



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

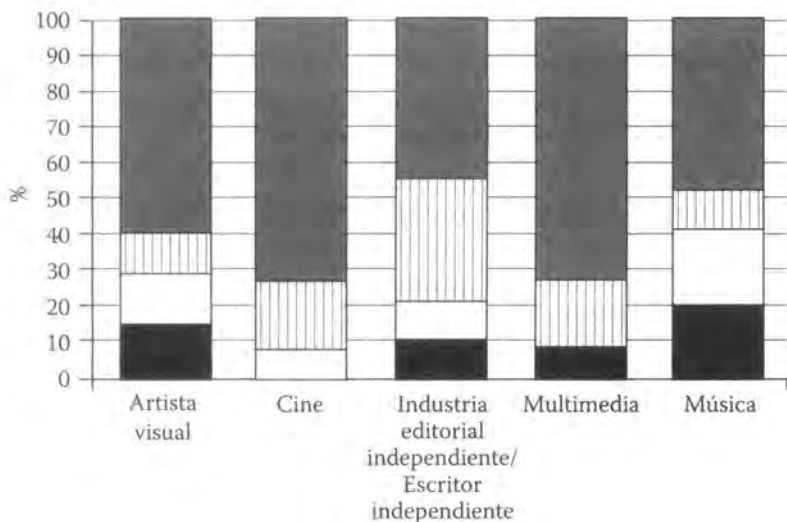
Los artistas multimedia y los creadores de cine mostraron tener mayor optimismo respecto a su futuro. Esto puede explicarse debido a que las plataformas digitales se encuentran en un constante crecimiento, por lo que este sector ha encontrado amplias oportunidades para el desarrollo de nuevos proyectos.

Los escritores y los músicos mostraron el menor nivel de optimismo, siendo los segundos quienes mencionaron en mayor número de ocasiones estar preocupados por sus futuras oportunidades. Ambos sectores han mostrado una mutación en su cadena productiva, por lo

que se ha experimentado un decrecimiento en las remuneraciones que obtenían tradicionalmente; este cambio ha orillado a que muchos escritores y músicos pierdan oportunidades. Sin embargo, estas transformaciones en la producción podrían repercutir de manera positiva en el futuro de los artistas.

GRÁFICA 66

PERSPECTIVA SOBRE EL FUTURO POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



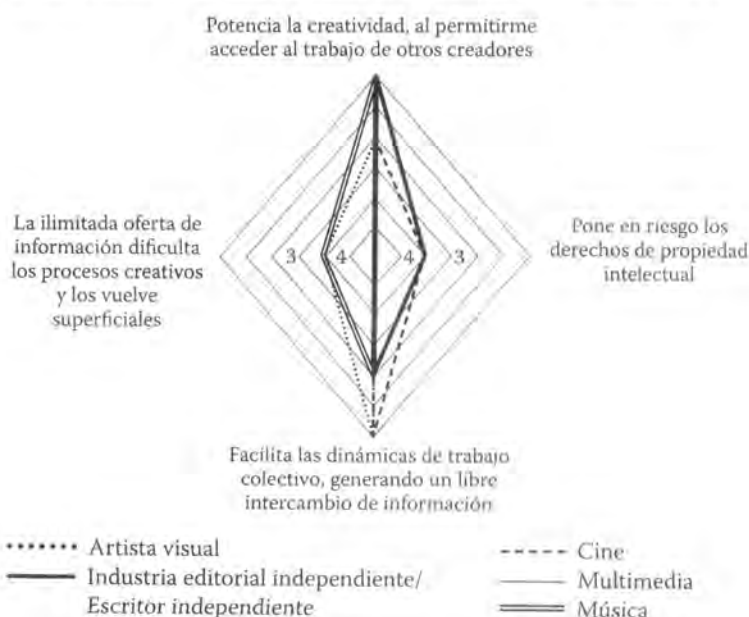
- Estoy optimista acerca del futuro. Creo que voy a cosechar lo que he sembrado
- ▨ No estoy preocupado por mi futuro: siempre sale algo
- Debería preocuparme, pero la verdad es que vivo el día a día
- El panorama se ve bastante oscuro. Estoy preocupado al respecto

FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Los artistas hoy en día hacen uso de las TIC. Esta tendencia no sólo ha favorecido la creación; como ya se mencionó, los cambios tecnológicos también han impactado a los consumidores. Con ello, la mutación en el consumo ha afectado a algunos creadores o a miembros de la cadena productiva de los bienes creativos. Las industrias que han

sufrido mayor impacto son la de la música y la editorial; el tipo de contenidos que ofrecen se ha adaptado a las capacidades de la tecnología, lo que ha orillado a que su consumo sea ilegal o no reconocido. Es por ello que el impacto de las TIC entre los artistas puede no ser considerado como un beneficio; por tal motivo se incluyó un reactivo en el cuestionario en el que los artistas jerarquizaban cuatro diferentes posturas acerca de las tecnologías nuevas.

GRÁFICA 67
BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LAS TIC POR ACTIVIDAD ARTÍSTICA



FUENTE: elaborado por Nomismæ con base en la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Lo que se observó es que las dos posturas optimistas fueron las que más menciones tuvieron, sin importar la actividad artística, por lo que en términos generales podemos concluir que los artistas consideran que las TIC funcionan como detonadores de la creatividad y hacen más eficiente el trabajo colaborativo. Los músicos y los artistas

multimedia jerarquizaron en primer lugar a las TIC como potencia para la creatividad, mientras que los artistas visuales, los creativos de cine y los escritores mencionaron que el principal resultado del avance tecnológico es facilitar el trabajo colaborativo. De manera contraria, los artistas consideraron menos importante el riesgo que genera en la propiedad intelectual y la alta competencia que propicia el incremento de contenidos. Estos resultados permiten concluir que los artistas que residen en el Distrito Federal se sienten afines al uso de las nuevas tecnologías.

CONCLUSIONES

Esta investigación buscó escudriñar las características específicas del mercado del arte, en particular la forma en que los distintos sectores se involucran en el desarrollo artístico del Distrito Federal; la importancia de la aglomeración de industrias en esta entidad, el cambio en las relaciones laborales, el empleo temporal; los usos que los jóvenes creadores le dan a las TIC, y las condiciones laborales, las prestaciones y la formalidad del empleo.

Se ha demostrado que en el Distrito Federal el sector cultural aporta aproximadamente 9% al PIB, la cual es más elevada en comparación con la que se observa en el nivel nacional: 7.1%. Esto se explica, en parte, por la aglomeración de creadores y artistas en la Ciudad de México y la existencia de más infraestructura cultural, así como por una mayor demanda, pues tanto el poder adquisitivo como el nivel educativo y el tamaño de la economía es mayor en comparación con la de otros estados de la república.

La investigación destaca cómo en el Distrito Federal se cuenta con ciertas características derivadas de la aglomeración que impulsan el potencial económico y social de las industrias creativas; pues, como se mencionó anteriormente, existen diferentes factores como el tamaño de la economía y la concentración de población para crear sinergias entre personas que se dedican a las artes o a actividades complementarias a la producción artística.

En estudios previos se identificaron los principales obstáculos que, tradicionalmente, enfrenta la producción de obra artística y poder diseñar una metodología para profundizar en dichos temas. Las condiciones que suelen enfrentar los creadores tienen que ver con la composición del empleo, los salarios bajos y variables y una alta rotación laboral.

La muestra con la que se generó el estudio presentó una distribución que se compuso, principalmente, por artistas visuales, músicos, artistas multimedia, del cine, escritores y editores. Cabe destacar que la proporción que representan los artistas multimedia en el resultado de la encuesta sugiere la importancia de las nuevas tecnologías en la producción de arte entre las nuevas generaciones. A su vez, en lo que corresponde a escritores y editores, los resultados mostraron una proporción menor a la que corresponde al personal ocupado de las industrias base en el año 2009. La razón de esto es que se buscó encuestar sólo a escritores independientes o personas con proyectos editoriales propios.

Los resultados que se presentan en el análisis clarifican el panorama que se vive en los círculos creativos del Distrito Federal. Si bien este tipo de información primaria requeriría de un tratamiento nacional, y no sólo de la Ciudad de México, estas primeras exploraciones ofrecen resultados contundentes que permitirán, en el futuro, realizar investigaciones más profundas y focalizadas. Los avances dentro del análisis del sector cultural, aunque se han incrementado los últimos años, no son suficientes para diseñar una política cultural dinámica y propositiva que regule al sector, en este caso particular, al mercado de creadores jóvenes que residen en el Distrito Federal.

Lo que se observó al analizar dicho subconjunto de creadores es que los jóvenes del Distrito Federal responden a los incentivos que ofrecen las nuevas tecnologías y buscan mantener sus proyectos por medio de distintas actividades. Este resultado permite concluir que los artistas jóvenes que residen en la Ciudad de México, en efecto, trabajan en proyectos de corta duración o indefinida, sin contratos explícitos y sin prestaciones sociales. Sin embargo, este mismo conjunto de jóvenes goza del capital humano para usar su creatividad y los nuevos

medios tecnológicos para resolver la precariedad laboral que enfrentan una buena parte de los artistas.

Se observó que los jóvenes buscan los beneficios de la aglomeración que hay en la ciudad, lo que explica que un cuarto de los artistas jóvenes del Distrito Federal no son oriundos de la ciudad. Al aprovechar las redes y los factores del mercado de las industrias culturales, los artistas fomentan sus carreras e incrementan la sinergia entre creadores.

A su vez, el tema de la información primaria acerca de los productores de arte impide que se hagan comparaciones con otras ciudades del país, por lo que sólo se puede concluir que existe una convergencia regional, pero no es posible observar si ésta es la única urbe que tiene dicha característica, ya que ciudades como Tijuana y Puebla también son consideradas como grandes capitales culturales.

En términos de política pública, observamos que existen amplias posibilidades para incentivar y detonar la productividad dentro del sector. A pesar de que existe un conocimiento en la mayoría de los jóvenes sobre la existencia de becas que apoyan la producción de arte, formación académica y difusión, únicamente 19% de las personas que sí conocen la existencia de becas y apoyos ha tenido acceso a alguna. De dichas becas, las que otorgan instituciones gubernamentales representan una alta proporción, siendo el Fonca el que obtuvo mayor número de menciones. Este vacío no necesariamente requiere ser cubierto por subsidios gubernamentales, como tradicionalmente se creía; hoy en día existen esquemas de financiamiento público-privados que permiten que los préstamos o apoyos reciban un tratamiento dinámico que favorezca la creación de empresas culturales y el motor de desarrollo que es la cultura.

Los resultados, a su vez, sugieren que la aglomeración creativa es un fenómeno que, en efecto, se vive en el Distrito Federal. A pesar de que la creación de *clústers* creativos no recae necesariamente dentro de las responsabilidades de los agentes políticos —ya que diferentes variables sociales y culturales determinan en buena proporción estos procesos—, éstos sí pueden impactar la productividad por medio del desarrollo de incentivos que exploten estos espacios que presentan aglo-

meración. En el caso particular de la creatividad y la innovación, el desarrollo de espacios especializados deriva en elevar la productividad de los pilares de la presente economía del conocimiento, lo que a largo plazo derivará en beneficios para la economía en su conjunto. Por ello, al observar el comportamiento de los creativos que residen en la Ciudad de México, se sugiere que se diseñen y desarrollen políticas públicas para explotar la creatividad en términos geográficos.

Los artistas de la cohorte de edad que se analizó pertenecen, en buena proporción, a las generaciones que tuvieron un acercamiento a la tecnología desde edades tempranas. Esto propició que permeara dicho conocimiento a las actividades de producción artística, independientemente de los usos que le dan en su vida diaria. En los diferentes rubros abarcados del sector TIC, se destacó que el uso principal de dichas tecnologías entre los artistas son las actividades productivas y laborales. Al existir un creciente número de consumidores de contenidos culturales en línea, las oportunidades para este sector se observa optimista. Esta percepción es la que prevalece entre los artistas jóvenes del Distrito Federal acerca de las posibilidades que brinda la tecnología. Sin embargo, para que los creativos terminen de explotar los beneficios tecnológicos, es importante que la sociedad en su conjunto se acerque a las nuevas plataformas. Siendo así, las políticas culturales no dependen sólo de las secretarías o institutos dedicados a la cultura *per se*, se requiere que se realicen trabajos multidisciplinarios, donde distintos sectores busquen recibir los beneficios derivados del sector cultural y creativo.

Este trabajo buscó realizar un acercamiento económico al comportamiento de los jóvenes consumidores-productores de arte, ya que ellos tienen un papel fundamental en el mercado cultural. Dichos jóvenes han adquirido nuevas prácticas tecnológicas y de organización, lo que, a su vez, ha permitido que los accesos a oportunidades se amplíen. Por medio de este enfoque se buscó cubrir un vacío de información existente en nuestro país, ya que la estadística y la cuantificación cultural son un ejercicio reciente y aún no se ha llegado a un grado de desagregación como el que buscó cubrir este estudio.

ANEXOS

EL MARCO INSTITUCIONAL DE LA OFERTA Y PRODUCCIÓN DE BIENES ARTÍSTICOS

El marco institucional y legal con el que cuenta una sociedad determina, en gran medida, el desarrollo económico no sólo de un sector sino del país. En ese sentido, es responsabilidad del Estado generar las condiciones adecuadas para propiciar una mayor participación de los individuos por medio de la creación de mecanismos y vías a través de los cuales los creadores en el país puedan ser productores de obra, en los que se reconozca su labor como agentes productivos y puedan desempeñar su actividad con menos limitantes.

MARCO LEGAL

MARCO NORMATIVO

Federal	}	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
		Ley General de Bibliotecas
		Ley General de Educación
		Ley Federal de Cinematografía
		Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas
		Ley Federal del Derecho de Autor
		Ley de Impuesto sobre la Renta
		Ley de Fomento para la Lectura y el Libro
Distrito Federal	}	Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal
		Ley de Fomento para la Lectura y el Libro del Distrito Federal

FUENTE: elaborado por NOMISMÆ con información de la Cámara de Diputados y el Sistema de Información Cultural del Conaculta.

Si bien es cierto que en México no se cuenta con una Ley General de Cultura que dé forma al sector cultural, existen varias leyes relevantes para este rubro que buscan fomentar y garantizar el acceso a la cultura.

A continuación se detalla el marco legal relevante para el sector cultural en el Distrito Federal, comenzando por las leyes de carácter federal y las que han sido promovidas específicamente en el Distrito Federal.

ARTÍCULO 4° DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

El artículo 4° constitucional que se refiere a la igualdad entre el hombre y la mujer, el derecho a la salud, vivienda, etcétera, fue modificado en el año 2009 con la finalidad de elevar a rango constitucional el “derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que provee el Estado, así como el ejercicio de sus derechos culturales” (DOF, 2009).

Con dicha reforma, el Estado se compromete a ser garante de la diversidad cultural y de la libertad creativa del país y, además, establece la obligación de las instituciones de promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura. Con este cambio también se otorgan facultades al Congreso de la Unión para legislar en lo referente a derechos de autor, propiedad intelectual y leyes que tengan relación con los tres niveles de gobierno y los mecanismos de participación del sector público y privado (SRE, 2009).

LEY GENERAL DE EDUCACIÓN

En México, el sector cultural forma parte del educativo, debido a que depende de la Secretaría de Educación Pública (SEP). La Ley General de Educación se publicó en 1993 y establece que el Estado tiene la obligación de impulsar la creación artística y propiciar la adquisición, el enriquecimiento y la difusión de bienes y valores de la cultura universal. Además, el Estado tiene la obligación de fomentar, en coordina-

ción con las demás autoridades dependientes del Ejecutivo Federal, las relaciones culturales y formular programas de cooperación internacional con otros países en materia cultural (LGE, 1993).

LEY PARA EL FOMENTO DE LA LECTURA

En julio de 2008, el Congreso de la Unión publicó en el *Diario Oficial de la Federación (DOF)* la Ley para el Fomento de la Lectura y el Libro, con el fin de impulsar las políticas públicas que fomenten la lectura, edición, distribución y comercialización de libros. Además, la ley establece la constitución del Consejo Nacional de Fomento para el Libro y la Lectura, así como la determinación de un precio único para los primeros 18 meses de vida de un libro.

Esta ley busca que los libros sean más accesibles y fortalecer la producción editorial mexicana, estimular la competitividad de las publicaciones y capacitar a los involucrados en la cadena productiva del libro, incluyendo a los promotores de la lectura.

LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

Esta ley tiene el objetivo de proteger los derechos de autor de los artistas, intérpretes, editores, productores y los organismos de radiodifusión, en lo que se refiere a su obra y demás derechos de propiedad intelectual.

En esta legislación se define el concepto de derecho de autor como el reconocimiento o forma que hace el Estado a favor de todo creador de obras artísticas y literarias en las ramas literaria, musical, dramática, danza, pictórica, escultórica, caricatura e historieta, arquitectónica, cinematográfica y demás obras audiovisuales, programas de radio y televisión, programas de cómputo, fotográfica, obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil y de compilación, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial (LFDA, s.f.). En esta ley se define al autor como la persona física que ha creado una obra literaria y/o artística.

También se establece al autor como el único titular de los derechos morales que son inalienables, imprescriptibles, irrenunciables e inembargables. Además, se señala al autor como el único con el derecho de explotar sus obras o de autorizar a terceros la explotación de la misma.

LEY FEDERAL DE CINEMATOGRAFÍA

El objetivo de la Ley Federal de Cinematografía es promover la producción, distribución, comercialización y exhibición de películas, así como su rescate y preservación, procurando siempre el estudio y atención de los asuntos relativos a la integración, fomento y desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

En la Ley Federal de Cinematografía se establece la creación del Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine) con el objetivo de fomentar y promocionar la industria cinematográfica del país y brindar un sistema de apoyos financieros en beneficio de los productores, distribuidores, comercializadores y exhibidores de producciones nacionales (LFC, s.f.).

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA

El pago en especie es una figura fiscal única en el mundo que permite a los artistas plásticos pagar impuestos mediante obras de su autoría. Las obras de arte son evaluadas por un comité integrado por especialistas y representantes del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA). Las obras que son aceptadas como pago en especie pasan a ser parte del patrimonio cultural de la nación.

PROGRAMA NACIONAL DE CULTURA

2007-2012

El *Programa Nacional de Cultura 2007-2012* es una agenda de la política cultural seguida por el Conaculta. Dicho programa establece los objetivos y estrategias de la política cultural (Conaculta, 2007). Es un

complemento del *Plan Nacional de Desarrollo*, lo que muestra que la cultura no es considerada como un sector económico, sino como un programa social, pues se incluye dentro de la categoría Igualdad de Oportunidades en el apartado Cultura, Arte, Deporte y Recreación (Piedras, 2009).

Por primera vez, el documento incluye una sección dedicada a las industrias culturales, lo que implica un reconocimiento por parte del gobierno federal que este sector produce crecimiento y desarrollo económicos. Sin embargo, cabe señalar que se utilizan “industrias culturales” y “economía basada en la creatividad” como sinónimos y estos conceptos no denotan necesariamente lo mismo. Los ejes que se incluyen en el *Programa Nacional de Cultura* son:

- Patrimonio y diversidad cultural
- Infraestructura cultural
- Promoción cultural nacional e internacional
- Estímulos públicos a la creación y mecenazgo
- Formación e investigación antropológica, histórica, cultural y artística
- Esparcimiento cultural y lectura
- Cultura y turismo
- Industrias culturales

LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL DISTRITO FEDERAL

El 14 de octubre de 2010 se publicó en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* la Ley de Fomento a la Cultura del Distrito Federal. El objetivo de esta ley es establecer, por un lado, la responsabilidad que tienen las autoridades en materia de diseño de políticas públicas para impulsar las actividades culturales, así como también se establece un piso de 2% del presupuesto programable para la cultura. A su vez, se establece que las autoridades culturales deben crear, estimular y conservar los establecimientos culturales, proveer de capacitación y profesionalización continua de los promotores culturales, otorgar estímulos y premios a los creadores (LFCDF, 2010).

LEY DE FOMENTO AL CINE MEXICANO EN EL DISTRITO FEDERAL

En febrero de 2009 se publica en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* la Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal, que considera al cine mexicano producido en el Distrito Federal como patrimonio cultural de esta entidad. Entre los objetivos de la ley está coordinar la ejecución de la política cultural del cine mexicano, mantener en buen funcionamiento una red de salas en la ciudad cuya prioridad sea exhibir cine mexicano y organizar cada año un festival de películas nacionales; asimismo, la ley establece que la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal debe poner en marcha un programa de impuestos locales para el mejoramiento de las salas que exhiban cine nacional y los cineclubes culturales, y dar estímulos a las producciones que tengan valor artístico y cultural.

En la ley se establece la creación del Fideicomiso de Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano en el Distrito Federal (Procinedf). Según la ley, el fideicomiso operará con un fondo de 40 millones de pesos integrado por una aportación inicial del gobierno federal y los recursos que se destinen por parte del Presupuesto de Egresos; aportaciones de los sectores público, privado y social; de personas físicas y morales, y 50% de los ingresos obtenidos de los recursos obtenidos anualmente de los permisos otorgados para filmaciones.

LEY DE FOMENTO PARA LA LECTURA Y EL LIBRO DEL DISTRITO FEDERAL

Esta legislación fue publicada en abril de 2009 con el fin de erradicar el analfabetismo, fomentar la lectura como medio de igualación social, elevar la calidad y nivel educativo, apoyar a los habitantes que tengan la vocación de escribir y realizar programas, políticas, publicaciones digitalizadas y proyectos que puedan generar lectores y aumentar el interés en el libro.

La ley busca garantizar el acceso a libros para todos por medio de la provisión de publicaciones periódicas y el acceso a libros en la red de transporte. Asimismo, busca proteger y fomentar la industria edi-

torial incentivando la edición, distribución y comercialización del libro y de publicaciones periódicas, así como modernizar y actualizar el acervo literario y periodístico de las bibliotecas públicas.

MARCO INSTITUCIONAL

INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES

Desde 1988, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) es el encargado de coordinar las políticas, organismos y dependencias de carácter cultural y artístico en México. El Conaculta es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública (Conaculta, s.f.) que se encarga de la promoción, apoyo y patrocinio de eventos que propicien el arte y la cultura.

El Conaculta coordina diez instituciones públicas: el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Instituto Mexicano de Cinematografía, el Canal 22, los Estudios Churubusco Azteca, la Cineteca Nacional, el Centro de Capacitación Cinematográfica, la Compañía Operadora del Centro, Cultural y Turístico Tijuana, Radio Educación y la distribución de libros Educal.

El Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) está encargado de la promoción de las bellas artes en todas sus manifestaciones, de la educación, investigaciones artísticas y de preservar el patrimonio artístico. El INBA cuenta con escuelas, teatros, museos, galerías y centros de investigación (INBA, s.f.).

El Centro Nacional de las Artes (Cenart), creado por Conaculta en 1994, es una institución que se dedica a la educación, investigación y difusión artística y fomenta la interdisciplina en el arte. El Cenart cuenta con cinco escuelas de educación artística profesional: el Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC), que depende de Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine); la Escuela Nacional de Arte Teatral (ENAT); la Escuela Nacional de Danza Clásica y Contemporánea (ENDCC); la Escuela Superior de Música (ESM); la Escuela Nacional de Pintura y Grabado La Esmeralda (ENPGE), y cuatro centros nacionales de investigación. Los centros nacionales de investi-

gación son el de música (Cenidim), el de teatro (CITRU), el de danza (Cenidi-Danza) y el de artes plásticas (Cenidiap), los cuales pertenecen al INBA y llevan a cabo proyectos de enseñanza y experimentación en el campo de las artes electrónicas. Además, el Cenart cuenta con foros, plazas y galerías donde se presentan actividades artísticas. El Cenart también alberga la Biblioteca de las Artes, que es una de las más importantes del país y cuenta con un canal de televisión dedicado a la educación artística a distancia (Cenart, s.f.).

Por otra parte, la Cineteca Nacional se inauguró en 1974 y es la encargada de preservar la memoria fílmica del país (CN, s.f.). El Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) es un organismo público descentralizado que tiene como objetivo impulsar el desarrollo de la actividad cinematográfica del país a través de apoyo a la producción, estímulo a creadores, fomento industrial, promoción y difusión del cine mexicano. El Imcine también se ocupa de crear la política de fomento industrial en el sector audiovisual (Imcine, s.f.).

Educal se fundó en 1982 con el objetivo de diseñar el material didáctico del Sistema Educativo Nacional. En 1988 se le asigna a Educal la función de comercializar y distribuir, por medio de su infraestructura los productos que generan las instituciones culturales del país (Educal, s.f.).

El Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (Fonca) es un organismo creado para apoyar la creación y la producción cultural y artística del país, también se encarga de promover y difundir la cultura. Se fundó en 1989 y desde entonces su función es otorgar estímulos económicos dirigidos a proyectos artísticos (Fonca, s.f.).

Otro instituto relacionado con el sector cultural en México es el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor), que depende de la SEP; se encarga de salvaguardar los derechos autorales, promover su conocimiento, fomentar la creatividad e impulsar la cooperación internacional. Entre los objetivos de Indautor está el de fortalecer las instituciones en la lucha contra la piratería y brindar mayor seguridad jurídica a los usuarios (Indautor, s.f.).

En el ámbito local, la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal es la entidad encargada de normar las políticas, programas y acciones de formación, difusión, promoción y preservación del arte

y la cultura en el Distrito Federal, así como impulsar, desarrollar, coordinar y ejecutar todo tipo de actividades culturales. Entre sus objetivos se encuentra crear la red para el desarrollo cultural comunitario de la ciudad de México y establecer estrategias de promoción cultural comunitaria que extienda servicios culturales y artísticos a la población que vive en condiciones de marginación (SCGDF, s.f.).

APOYOS DE INSTANCIAS PRIVADAS E INSTITUCIONES INTERNACIONALES

CÁMARAS, SOCIEDADES Y AGRUPACIONES

El sector cultural cuenta con distintas cámaras, agrupaciones y sociedades de gestión que buscan brindar servicios de difusión, protección y orientación para sus agremiados. En las artes visuales existe la Sociedad de Autores de Obras Visuales (SAOV), que se encarga de brindar servicios de registro de obra; asesoría y servicios jurídicos, contables y fiscales; asesoría en contratos, exposiciones, seminarios y correeduría de obra (SAOV, s.f.). La Sociedad Mexicana de Autores de las Artes Plásticas (Somaap) se encarga de difundir y vigilar los derechos de propiedad de los socios (Somaap, s.f.).

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem) vela por el interés general de los editores mexicanos, defiende sus derechos e impulsa su desarrollo. Para ello se sustenta en valores como la libertad de expresión y circulación, el respeto a la creación intelectual y al derecho de autor, la promoción de la lectura, la solidaridad gremial y la vinculación internacional con colegas del gremio. La Caniem ha intercedido ante las autoridades gubernamentales, de manera determinante, en relación con los regímenes fiscales que fueron aplicados a la industria editorial y ha sido importante su participación en las reformas a la legislación autoral, particularmente en la iniciativa de Ley Federal del Derecho de Autor (Caniem, s.f.).

En la industria editorial también encontramos a la Sociedad General de Escritores de México (Sogem), la cual busca que los agremiados obtengan los mejores beneficios económicos y sociales derivados

de la reproducción, difusión comercial y explotación por cualquier medio de su obra escrita. La Asociación de Libreros de México inició operaciones en 1978 y es la encargada de celebrar el Día del Libro en México y de llevar a cabo la Convención de la Industria Editorial (Sogem, s.f.).

El Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (Cempro) protege y gestiona los derechos de reproducción, comunicación pública, distribución y transformación de los autores y editores mexicanos y extranjeros que residen en México. El Cempro pertenece a la International Federation of Reproduction Rights Organization (IFRRO), concede licencias de fotocopiado, con lo cual legaliza el acceso a las obras literarias, a través de la reproducción parcial y establece una remuneración que en parte es dirigida a los autores y editores (Cempro, s.f.).

La Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (Canacine) se fundó desde 1942 para contribuir en el desarrollo de las empresas de sus asociados. La Canacine realiza estudios macroeconómicos y sectoriales para tomar decisiones en torno al cine. La Canacine ejerce el derecho de petición, esto es, hacer las presentaciones a los gobiernos municipal, estatal y federal sobre cambios de reglamentos, procedimientos y leyes relevantes a la industria cinematográfica (Canacine, s.f.).

La Sociedad Mexicana de Directores y Realizadores de Obras Audiovisuales se fundó en 1963, sus actividades consisten en cobrar los derechos de autor de los agremiados, así como la de los inscritos en las sociedades internacionales con las que tienen acuerdos de reciprocidad (SMDROA, s.f.). Asimismo, la Asociación de Mujeres en el Cine y la Televisión, A.C. se dedica a la promoción y la difusión de la cinematografía (AMCT, s.f.).

La Sociedad de Autores y Compositores de Música (SACM) administra los derechos de autor de los autores y compositores de música, busca crear una cultura de reconocimiento del derecho de autor y propugna la protección de las obras intelectuales (SACM, s.f.). La Sociedad Mexicana de Fotógrafos Profesionales (SMFP) se encarga de promover la obra fotográfica, imparte seminarios, cursos, etcétera, con el fin de incrementar la educación fotográfica (SMFP, s.f.).

La Asociación Mexicana de Gestores de Patrimonio Cultural (AMGPC) tiene como objetivo garantizar la preservación de la herencia histórica, difusión y aprovechamiento social del patrimonio como recurso económico y social.

Otras cámaras relacionadas son la Sociedad Mexicana de Caricaturistas (SMC) y la Sociedad Mexicana de Historietistas (Somehi).

ENCUESTA ESTRATEGIAS CREATIVAS Y REDES CULTURALES PARA EL DESARROLLO

<PREGUNTAS FILTRO>

¿Cuántos años tienes?

Anotar cifra (distinta de 18-35 discontinuar la encuesta)

Género

¿La producción de obras de arte es una de tus actividades?

Sí

No (descontinuar la encuesta)

País de origen

Entidad federativa de la que eres originario

Entidad federativa en la que resides

¿Cuál consideras que es tu principal actividad artística?

Artista visual

Multimedia

Industria editorial independiente

Música

Cine

Otra (descontinuar la encuesta)

<ESTUDIOS>

¿Cuál es tu máximo grado de estudios?

Secundaria

Preparatoria

Licenciatura

Posgrado (maestría y doctorado)

Ninguna de las anteriores

¿En qué tipo de institución educativa estudiaste?

Nacional (¿cuál?)

Internacional (¿cuál?)

¿Esta institución es pública o privada?

Pública

Privada

<CARACTERÍSTICAS CONTRACTUALES
Y DE SU ENTORNO LABORAL>

NOTA: se utilizará indistintamente emprendimiento, negocio o actividad económica.

¿La actividad artística es tu único sustento económico o lo complementas con alguna otra actividad? (Respuesta b lista)

Sólo la actividad artística

Otra actividad (enlistar diferentes actividades)

¿En tu trabajo tienes jefe o superior?

Sí

No

¿Te dedicas a un negocio o emprendimiento independiente?

Sí

No

En general, ¿ofreces tus obras, productos o trabajos...
a una sola empresa, galería, negocio, editorial o productora?
a varias empresa, galerías, negocios, editoriales o productoras?
directamente al público?

¿Tienes colaboradores o asistentes en tu negocio o actividad? (Puede responder a y b)

Colaboradores (¿cuántos?)

Asistentes (¿cuántos?)

No

En este empleo, ¿cuentas con un contrato por escrito?

Sí

No

Dentro de tu actividad artística, ¿tienes acceso a alguna prestación social?

(Leer las opciones y circular las indicada por el informante)

IMSS/ISSSTE

Infonavit

Afore

Otra (¿cuál?)

Tu principal actividad, ¿la realizas de manera independiente o para alguna institución pública o privada?

Independiente

Institución pública

Institución privada

ONG

¿Hace cuánto empezaste a trabajar en tu principal actividad artística?

¿El ingreso económico de tu actividad artística lo obtienes... (enlistar las tres principales opciones)

por comisión?

a destajo (por pieza), servicio u obra realizada?

- por honorarios?
- con propinas?
- con bonos de compensación o de productividad?
- con vales o productos comercializables?
- Recibe sueldo
- No le pagan ni recibe ingresos

¿Cada cuánto, en promedio, recibes tus ingresos o te pagan? (anotar cifra)

¿Qué porcentaje de este ingreso estimas que proviene de tu actividad artística?

¿Estás dado en de alta en el Registro Federal de Contribuyentes?

Sí

No

¿Recibes algún tipo de apoyo por parte de un familiar o tutor?

Sí

No

¿En qué rango estimas tu ingreso mensual promedio durante el último año? (en pesos)

Menor a 1 200

1 201 a 2 400

2 401 a 3 600

3 601 a 6 000

6 001 a 12 000

12 001 a 15 000

15 001 a 20 000

Más de 20 000

<APOYOS O AYUDAS A SU ACTIVIDAD>

¿Conoces instituciones que otorguen becas o apoyos financieros para realizar estudios artísticos o creación de obra?

Sí (¿cuál o de qué institución?, enlistar hasta cinco)

No

¿Has recibido algún tipo de subsidio, beca o apoyo financiero para realizar estudios artísticos o creación de obra?

- Sí
- No

¿El apoyo proviene de una institución...

- internacional?
- nacional?
- ambas?

¿Qué tipo de apoyo? (Mencionar todas y se puede elegir más de una)

- Subsidio/Donación para la creación y producción artística
- Beca para formación artística
- Beca para investigación en torno a las artes
- Fomento de difusión artística
- Otro (especificar)

¿Qué tipo de organización entregó el apoyo? (Mencionar todas y se pueden elegir más de una opción)

- Empresa (¿cuál?)
- Fundación (¿cuál?)
- Gobierno (¿cuál?)
- Institución educativa (¿cuál?)
- ONG (¿cuál?)
- Otro (especificar)

¿Durante qué periodo recibiste este apoyo? (Ejemplo: seis meses, un año, etcétera) (anotar cifra)

< TENENCIA Y USO DE TECNOLOGÍAS >

¿Con cuáles de los siguientes dispositivos cuentas?

- Computadora de escritorio
- Computadora portátil
- Smartphone
- Tableta/lector de libros electrónicos
- Teléfono móvil

¿Cuentas con conexión a internet propia?

Sí

No

Independientemente de los dispositivos ya mencionados, ¿usas algún otro dispositivo? (ejemplo: cámara digital, tableta de dibujo, impresora láser, hardware de audio, etcétera). ¿Cuáles?

<USO Y HÁBITOS DE NAVEGACIÓN EN INTERNET
Y REDES SOCIALES>

Por favor indica con qué frecuencia realizas las siguientes actividades en internet (diario, una vez a la semana, una vez al mes, casi nunca, nunca)

Investigación/búsqueda de información y material relacionado con
la actividad creativa

Participar/acceder a blogs

Ver videos

Usar correo electrónico

Usar redes y sitios de descarga

Utilizar redes sociales

Realizar compras

Hablar por teléfono a través de su computadora

Gestionar banca

Escuchar música (no por medio de descargas)

Leer prensa

Compartir fotos

<USO DE BLOGS Y SITIOS WEB>

¿Tienes al menos un blog o página web propia?

Sí

No

¿Utilizas alguno de tus blogs o páginas para:
difundir tu trabajo o motivos laborales? (Sí/No)

escribir sobre intereses personales? (Sí/No)
mantener a familia y amigos al tanto de ti? (Sí/No)
contactar gente con intereses comunes? (Sí/No)

¿Algún blog o sitio te genera algún tipo de ingreso?

Sí
No

¿Este ingreso fue...

por venta directa?
por publicidad?
por abrirlo al público?

¿Sigues algún blog o sitio (que no sea tuyo) de forma habitual?

Sí (¿cuál?)
No

Los blogs o sitios que sigues te sirven para (jerarquiza en orden de importancia):

Obtener información o recursos que uso en mi trabajo de producción artística
Consumo de contenidos digitales (música, videos, literatura)
Mantenerte informado (política, economía, sociales)
Mantenerte en contacto con amigos o familiares

¿Accedes a redes sociales?

Sí
No

¿Qué redes sociales sueles visitar? (Jerarquiza primeras tres)

Facebook
Twitter
Google+
MySpace
LinkedIn

- Flickr
- Last.fm
- Tumblr
- Deviantart
- Otra (¿cuál?)

¿Qué uso das a las redes sociales? (Enlistar y mencionar todas)

- Relaciones de amistad
- Relaciones laborales
- Anunciar o promocionar mi trabajo
- Buscar pareja
- Hobbies
- Microblogging (Twitter, por ejemplo)

*<POSTURA SOBRE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD
Y EL APOYO GUBERNAMENTAL
AL TRABAJO ARTÍSTICO>*

Jerarquiza los siguientes enunciados de acuerdo cómo crees que inciden las tecnologías en la actividad creativa.

- Potencia la creatividad, al permitirme acceder al trabajo de otros creadores
- Pone en riesgo los derechos de propiedad intelectual
- Facilita las dinámicas de trabajo colectivo, generando un libre intercambio de información
- La ilimitada oferta de información dificulta los procesos creativos y los vuelve superficiales

Señala cuáles de los siguientes enunciados te identifican respecto a cómo te sientes frente al futuro

- No estoy preocupado por mi futuro: siempre sale algo
- Estoy optimista acerca del futuro. Creo que voy a cosechar lo que he sembrado
- Debería preocuparme, pero la verdad es que vivo el día a día
- El panorama se ve bastante oscuro. Estoy preocupado al respecto

*<INFORMACIÓN
SOCIOECONÓMICA>*

¿Cuál es el total de cuartos, piezas o habitaciones con que cuenta su hogar?, por favor no incluya baños, medios baños, pasillos, patios y zotehuelas.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7 o más

¿Cuántos baños completos con regadera y W.C. (escusado) hay para uso exclusivo de los integrantes de su hogar?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4 o más

¿En su hogar cuenta con regadera funcionando en alguno de los baños?

- No tiene
- Sí tiene

Contando todos los focos que utiliza para iluminar su hogar, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso, dígame, ¿cuántos focos tiene su vivienda?

- 0-5
- 6-10
- 11-15
- 16-20
- 21 o más

¿El piso de su hogar es predominantemente de tierra, o de cemento, o de algún otro tipo de acabado?

Tierra o cemento

Otro tipo de material o acabado

¿Cuántos automóviles propios, excluyendo taxis, tienen en su hogar?

0

1

2

3 o más

¿En su hogar cuentan con estufa de gas o eléctrica?

No tiene

Sí tiene

Pensando en la persona que aporta la mayor parte del ingreso en este hogar, ¿cuál fue el último año de estudios que completó?

No estudio

Primaria incompleta

Primaria completa

Secundaria incompleta

Secundaria completa

Carrera comercial

Carrera técnica

Preparatoria incompleta

Preparatoria completa

Licenciatura incompleta

Licenciatura completa

Diplomado o maestría

Doctorado

No sabe/no contestó

BIBLIOGRAFÍA

BECKER, Gary S.

1964 *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*,

with Special Reference to Education, Chicago, University of Chicago Press.

CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES
(CONACULTA)

s.f. en <<http://www.conacultra.gob.mx>>.

2007 *Programa Nacional de Cultura 2007-2012*, México, Conaculta.

DECRETO POR EL CUAL SE CREA EL CONSEJO NACIONAL
PARA LA CULTURA Y LAS ARTES

en <<http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/597.pdf>>.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (DOF),

"Decreto por el que se adiciona un párrafo noveno al artículo 4; se reforma la fracción XXV y se adiciona una fracción XXIX-Ñ al artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos", en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/proceso/lx/162_DOEF_30abr09.pdf>.

ELISH, Kelly y John, O'HAGAN

2007 "Geographic Clustering of Economic Activity: The Case of Prominent Western Visual Artists", en *Journal for Cultural Economy*, CIUDAD, p. 125, s.p.i.

FILLER, Randall K.

1986 "The Starving Artist-Myth or Reality? Earnings of Artists in the United States", en *Journal of Political Economy*, vol. 94, núm.1, Chicago, The University of Chicago Press, pp. 56-75.

GANCHEV, Dimitar

2003 *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, Génova, World Intellectual Property Organization.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Maritza URTEAGA CASTRO POZO

2012 *Cultura y desarrollo: una visión crítica desde los jóvenes*, Madrid, Fundación Carolina.

HECKATHORN, Douglas D. y Mathew J. SALGANIK

2004 "Sampling and Estimation in Hidden Populations Using Respondent-Driven Sampling", en *Sociological Methodology*, p.197, s.p.i.

- INSTITUTO NACIONAL DE GEOGRAFÍA Y ESTADÍSTICA (INEGI)
- 2002 *Cuentas por sectores institucionales: Cuenta satélite del subsector informal de los hogares. Metodología*, México, INEGI, p. 8.
- 2010 *Censo de Población y Vivienda 2010*, México, INEGI.
- 2009 *Censos Económicos 2009*, México, INEGI.
- LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL DISTRITO FEDERAL (LFCDF)
- 2010 en <<http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/653.pdf>>.
- LÓPEZ ROMO, Ernesto
- 2011 *Los niveles socioeconómicos y la distribución del gasto*, ACTUALIZACIÓN REGLA AMAI NSE 8X7, México, Congreso AMAI 2011, en <http://www.amai.org/NSE/PRESENTACION_REGLA_8X7.pdf>, consultado el 14 de marzo de 2012.
- MARKUSEN, Ann y Greg SHROCK
- 2006 "The Artistic Dividend: Urban Artistic Specialization and Economic Development Implication", en *Urban Studies*, vol. 43, núm. 10, s.l., s.e., pp.1661-1686.
- NEXOS
- 2009 "Entrevista con Santiago Levy: Buenas intenciones, pobres resultados", en <<http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=122>>, consultado el 5 de abril de 2012.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU)
- 2007 *Protocolo para un muestreo dirigido por entrevistados en Santo Domingo, Puerto Plata, La Altagracia y Barahona de la República Dominicana*, Santo Domingo, ONU.
- PIEDRAS FERIA, Ernesto
- 2004 *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, Conaculta/Caniem/Sogem/SACM.
- 2009 "Industrias culturales en el Programa Nacional de Cultura: comentarios anticipados a su publicación", en Mara Robles, Irma Leticia Leal Moya y Raúl Padilla López (eds.), *Análisis del Programa Nacional de Cultura*, México, CEED/Cámara de Diputados.
- 2010a *Gran visión cultural. Análisis de la contribución económica de la cultura y la creatividad en la zona metropolitana*

de la ciudad de Puebla, Puebla, Instituto Municipal de Cultura de Puebla.

2010b *Industrias culturales y creativas*, México, PNUD (Serie Cultura y Economía. Vínculo para el Desarrollo).

2012 *Una aproximación cuantitativa a las ciudades creativas*, México, CANIETI, en <http://www.canieti.org/noticias/colaboraciones/12-0301/Una_Aproximaci%C3%B3n_Cuantitativa_a_las_Ciudades_Creativas.aspx>, consultado el 8 de abril de 2012.

SCOTT, Allen J.

2004 "Cultural-Products Industries and Urban Economic Development. Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context", en *Urban Affairs Review*, vol. 39, núm. 4, pp. 461-490, s.p.i.

1996 "The Craft, Fashion, and Cultural-Products Industries of Los Angeles: Competitive Dynamics and Policy Dilemmas in a Multisectoral Image-Producing Complex", en *Annals of the Association of American Geographers*, pp. 86, 306-323, s.p.i.

SECRETARÍA DE CULTURA DEL DISTRITO FEDERAL (SCGDF)

s.f. en <<http://www.cultura.df.gob.mx>>.

SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES (SRE)

2009 "Reforma constitucional en materia de cultura", en *Boletín Informativo*, núm. 134, julio, en <<http://portal.sre.gob.mx/oi/pdf/dgdh134.pdf>>.

THROSBY, David y Virginia HOLLISTER

2003 *Don't Give up your Day Job*, Sidney, Consejo de Australia, pp. 37-38.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)

2008 *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy towards Informed Policy-Making*, Génova, UNCTAD, en <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>, consultado el 5 de abril de 2012.

2010 *Creative Economy Report: A Feasible Development Option*, Génova, UNCTAD, pp. 3-19.

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

- ASOCIACIÓN DE MUJERES EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN (AMCT), <<http://www.mujerescineytv.org/>>.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y DEL VIDEOGRAMA (Canacine), <<http://www.canacine.org.mx>>.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA EDITORIAL MEXICANA (Caniem), <www.caniem.org>.
- CENTRO MEXICANO DE PROTECCIÓN Y FOMENTO DE LOS DERECHOS DE AUTOR (Cempro), <<http://www.cempro.com.mx/>>.
- CENTRO NACIONAL DE LAS ARTES (Cenart), <<http://www.cenart.gob.mx/conoce-el-cenart/>>.
- CINETECA NACIONAL, <<http://www.cinetecanacional.net>>.
- CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES (Conaculta), <<http://www.conaculta.gob.mx>>.
- EDUCAL, <<http://www.educal.com.mx>>.
- FONDO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES (Fonca), <http://www.conaculta.gob.mx/sala_prensa_detalle.php?id=19256>.
- INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA (Imcine), <<http://www.imcine.gob.mx>>.
- INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES (INBA), <<http://www.bellasartes.gob.mx>>.
- INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR (Indautor), <<http://www.indautor.gob.mx>>.
- LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL DISTRITO FEDERAL, <<http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/653.pdf>>.
- LEY FEDERAL DE CINEMATOGRAFÍA, <<http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/850.pdf>>.
- LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR, <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/122.pdf>>.
- LEY GENERAL DE EDUCACIÓN, <<http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/1084.pdf>>.
- PROGRAMA NACIONAL DE CULTURA, <http://www.conaculta.gob.mx/PDF/PNC2007_2012.pdf>.

- SOCIEDAD DE AUTORES Y COMPOSITORES DE MÉXICO (SACM), <www.sacm.org.mx>.
- SOCIEDAD DE AUTORES DE OBRAS VISUALES (SAOV), <<http://saov-mexico.blogspot.mx>>.
- SECRETARÍA DE CULTURA DEL DISTRITO FEDERAL, <<http://www.cultura.df.gob.mx>>.
- SOCIEDAD MEXICANA DE FOTÓGRAFOS PROFESIONALES (SMFP), <<http://www.smfp.mx>>.
- SOCIEDAD MEXICANA DE DIRECTORES Y REALIZADORES DE OBRAS AUDIOVISUALES (SMDROAV), <<http://www.cinedirectores.com>>.
- SOCIEDAD GENERAL DE ESCRITORES DE MÉXICO (Sogem), <<http://www.sogem.org.mx>>.
- SOCIEDAD MEXICANA DE AUTORES DE LAS ARTES PLÁSTICAS (SOMAAP), <<http://www.somaap.com/>>.



Economías creativas y economías domésticas en el trabajo artístico joven

Verónica Gerber Bicecci
Carla Pinochet Cobos

Durante los años 2010 y 2011 fuimos parte de un equipo de investigación interdisciplinario que se propuso indagar en las prácticas emergentes de los jóvenes en los campos creativos.¹ En nuestra tarea de explorar las dinámicas de las artes visuales, recogimos una amplia diversidad de perspectivas acerca de la creación, producción y distribución de las obras y procesos artísticos en la ciudad de México. Documentamos, entre otras cosas, los diversos modos en que los jóvenes conciben, combinan y ponen en marcha sus proyectos culturales; las habilidades y recursos que deben desarrollar para desenvolverse en el campo, así como las tácticas que implementan para hacer frente a la precariedad laboral y la ausencia de garantías sociales. Nuestras respectivas formaciones profesionales: artes visuales y literatura en el caso de Verónica y antropología en el caso de Carla, dieron lugar a una estrategia de investigación complementaria que intentó apelar, por una parte, a la experiencia y la subjetividad de los entrevistados y, por otra, a sus miradas críticas y la posibilidad de construir un diagnóstico en conjunto. Sin embargo, aunque distinguimos un número importante de procesos y tendencias significativas, nos hacía falta cifrar nuestros hallazgos a partir de un panorama cuantitativo. Las encuestas disponibles eran demasiado generales, estaban desactualizadas o respondían a realidades nacionales muy diferentes a la mexicana. Este interés por aterrizar nuestras indagaciones en números concretos es el origen y el objetivo de este ensayo.

¹ "Estrategias creativas y redes culturales de los jóvenes", coordinado por Néstor García Canclini y Maritza Urteaga, con el apoyo de Fundación Telefónica, Fundación Carolina y la Organización de Estados Iberoamericanos.

Los diversos hallazgos de todo el equipo de investigación fueron el punto de arranque para llevar a cabo un ejercicio cuantitativo. Éste tuvo por objeto realizar una inspección analítica de las formas en las que “los jóvenes creadores financian, dirigen, administran, organizan y difunden su producción artística” (Nomismæ, S.C., 2012). El propósito de este texto, en consecuencia, es elaborar una reflexión comparativa entre los resultados de las etapas cualitativas de nuestra investigación en el campo de las artes visuales y la información que resultó del estudio cuantitativo llevado a cabo por Nomismæ, S.C. A partir de este contrapunto, quisiéramos poner en perspectiva las observaciones que realizamos a lo largo de numerosas entrevistas, grupos focales y experiencias etnográficas, distinguiendo a la vez las particularidades que caracterizan al ámbito de las artes visuales respecto de otros sectores de la producción cultural. Asimismo, es importante subrayar que se trata de un espacio todavía abierto al debate, y que aunque esta vez el relato está provisto de estadísticas, el carácter experimental de la muestra constituye una invitación a ahondar de manera crítica en los resultados. Es por ello que en más de una ocasión disentiremos del análisis o terminología empleadas por Nomismæ, S.C., asumiendo que a partir de estos apuntes se podrá afinar la reflexión y plantear nuevos desafíos para los estudios venideros.

ECONOMÍAS CREATIVAS EN BUSCA DE NUEVAS AGENDAS

En los pocos meses que han transcurrido desde las primeras fases de nuestro estudio, la profundización de la crisis europea parece confirmar la desconfianza con que cierta literatura reciente había abordado la eclosión de las industrias creativas en diversas ciudades del planeta (McRobbie, 2010; Rowan, 2010, entre otros). Nos encontramos, todavía, en medio de un fuego cruzado entre mensajes ambivalentes y hasta contradictorios, que si bien no han dejado de celebrar la penetración de la cultura y la creatividad en diversos dominios laborales y económicos, sí ponen en marcha, simultáneamente, sucesivos recortes presupuestales y considerables incrementos en el impuesto de los bienes y servicios culturales. El diagnóstico que recogimos tiem-

po atrás a todas luces se ha agudizado. En el prefacio al libro *Cultura y desarrollo, una visión crítica desde los jóvenes*, Néstor García Canclini advertía esa tensión entre una exaltación optimista de las potencialidades económicas de la cultura y la reducción de los programas presupuestales destinados a esta materias (García Canclini y Urteaga, 2012). Hoy en día, el profundo descalabro de los países que hasta hace poco representaban las puntas de lanza de un modelo de desarrollo centrado en la emprendeduría creativa, ha redundado en la adopción de medidas drásticas que no sólo afectan a los productores culturales, sino a toda la población. El aumento en 13% del IVA (de 8 a 21%) a todos los servicios culturales en España, parece ser un signo inequívoco del nuevo papel que asume la cultura en estos tiempos de crisis: distanciándose de las administraciones del pasado reciente —que la conceptualizaron como inversión y/o recurso—, el decreto del gobierno de Rajoy desplaza la cultura abiertamente hacia el dominio del dispendio y del lujo.

En medio de este escenario global, los países de América Latina deberán redefinir sus agendas culturales tomando en consideración la vasta diversidad de desafíos locales, sin perder de vista las lecciones que pueden ser extraídas de la reciente experiencia de la zona euro. A pesar de que existen investigaciones que acreditan el innegable aporte de la cultura en economías como la mexicana (García Canclini y Piedras, 2008), tiene sentido a la luz de este controvertido presente matizar el entusiasmo con que diversos sectores políticos, medios de comunicación y organismos internacionales suelen identificar en la cultura un motor inagotable de desarrollo y valor agregado. Si en países como Inglaterra la cultura llegó a ser considerada como un “imperativo absoluto de la política económica y del planeamiento urbano”, proveyendo a toda la sociedad de un modelo de vida laboral (McRobbie, 2007), la actual coyuntura de recesión, el alza en la tasa de desempleo y reducción del gasto público que enfrentan los británicos constituye, sin duda, un dato significativo a la hora de pensar los desafíos para las nuevas políticas culturales latinoamericanas.

Un buen punto de partida para ponderar todos estos desafíos y advertencias en nuestro contexto local es volver la mirada hacia los actores detrás de estos resonados conceptos: economías creativas, em-

prendizajes culturales, *trendsetters*, etcétera. El material cuantitativo que se presenta en este documento nos brinda la significativa oportunidad de dotar de dimensiones concretas al diagnóstico que veníamos delineando en artículos anteriores (Gerber Bicecci y Pinochet Cobos, 2012a; Pinochet Cobos y Gerber Bicecci, 2012b), enriqueciendo la reflexión en torno a quiénes son y cómo se desenvuelven en su campo los jóvenes artistas visuales de la ciudad de México de nuestros días.

LOS ACTORES COMO PUNTO DE PARTIDA

La oportunidad de ponderar con números los hallazgos de un estudio cualitativo trae consigo la necesidad de pensar la escala en la que se proyecta la investigación. El creciente consenso en torno a las potencialidades económicas de la cultura puede ser visto como un clima favorable para apostar al panorama general e indagar en las cifras que acompañan estos procesos, en tanto industrias culturales. No obstante, aunque sin duda resulta de interés identificar cuánto valen —y de qué forma lo hacen— los campos creativos jóvenes en la Ciudad de México, hemos escogido mantener la escala de los actores y formular desde ella las preguntas del cuestionario. Creemos que esta mirada nos permitirá aprehender de forma más integral los particulares procesos del mundo del arte joven, sus complejidades y desafíos.

La incorporación de este conjunto de cifras concretas al análisis en torno al campo artístico joven nos invita a retomar una cuestión que ya habíamos esbozado en trabajos previos: la pertinencia del concepto de “industria” para aprehender las dinámicas de las artes visuales. Apuntábamos en aquella oportunidad que a pesar de la prolífica programación cultural que ofrece la Ciudad de México en lo que a las artes visuales se refiere, la capacidad de respuesta de sus habitantes sigue siendo restringida a sectores sociales específicos y concentrados urbanamente (Pinochet Cobos y Gerber Bicecci, 2012b), situación que difiere, considerablemente, de otros productos culturales —como la música y el cine— en los que la condición industrial presenta menos reparos. Pero la noción de industria no sólo resulta esquiva para las

artes visuales por el limitado alcance de su distribución social: en las dinámicas y preceptos que atraviesan este campo pareciera existir un *ethos* que se resiste a la reproducción masiva y que no se dirige necesariamente a la elaboración de un producto concreto. Nos detendremos, de forma breve, en esta discusión.

A pesar de que la noción de industria cultural fue acuñada hace varias décadas, sus límites todavía no se encuentran del todo establecidos. Algunas definiciones institucionales han señalado que se trataría de industrias que “combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos intangibles y de naturaleza cultural, normalmente protegidos por *copyright*” (Alianza Global para la Diversidad Cultural, UNESCO, 2006); otros autores, en cambio, simplemente las describen como industrias “que producen bienes y servicios culturales”, siendo estos productos que exigen creatividad en su producción, transmiten algún tipo de significado en su contenido e incorporan, aunque sea potencialmente, algún elemento de propiedad intelectual (Throsby, 2011). La primera de estas definiciones, fuertemente ligada a la noción de derechos de autor, no aplica propiamente para ciertos dominios centrales de la actividad cultural, como son las artes visuales. La noción de “industria creativa”, por su parte, constituye una categoría ampliada que comprende tanto las industrias culturales en términos estrictos —el ámbito editorial, audiovisual, multimedia y fonográfico, entre otros—, como todas las producciones artísticas y culturales que por su unicidad dificultan su masificación (obras de arte, espectáculos, etcétera). Aunque existe un relativo consenso respecto a que las industrias creativas constituyen un término más amplio que el de industrias culturales, algunos autores, como David Throsby, incluyen todos los ámbitos artísticos dentro de estas últimas, reservando el concepto de “industrias creativas” para cualquier rubro industrial en el que la creatividad esté presente (el mundo del *software* y la publicidad serían algunos de ellos).

Sin embargo, cuando se trata de examinar las artes visuales jóvenes, la perspectiva de la industria constituye un complejo punto de partida. Aunque el reconocimiento de la producción artística dentro de industrias emergentes estimula una concepción social favorable de las artes y sus aportes a la economía local, la generalidad de sus indica-

dores termina por volver invisibles una serie de prácticas que constituyen parte importante de este campo creativo. Tanto si las consideramos como parte de las industrias culturales como si optamos por llamarles industrias creativas, las dinámicas de creación, producción y circulación artística serán aprehendidas sólo parcialmente, puesto que gran parte de los procesos que les dan sustento no se ven representados en ningún nivel de la jerarquía de las industrias culturales: ni industrias base, ni interdependientes, ni parcialmente relacionadas, no dedicadas o economía sombra (Nomismæ, 2012). A lo largo de dos años de investigación etnográfica, observamos que el mundo del arte contemporáneo joven en la Ciudad de México se reproduce a través de una gran diversidad de ocupaciones y emprendimientos que resultan difíciles de cuantificar con un enfoque determinado por la generación de productos: los múltiples cursos y talleres informales, la convivencia en los espacios artísticos alternativos, la colaboración espontánea y la participación en proyectos comunitarios son actividades centrales —aunque no las únicas— que desempeñan los jóvenes artistas en la actualidad. Para muchos de ellos la finalidad es difusa y la remuneración prácticamente inexistente, pero aun así constituyen parte importante de sus ocupaciones cotidianas. Intentaremos describir este tipo de emprendimientos más adelante.

Ello no quiere decir que el aporte de las artes visuales a las economías creativas sea insignificante, o que la información estadística construida desde este enfoque no tenga utilidad: aunque restringido, el mercado del arte mexicano ha logrado activar una vasta red de eventos, galerías y ferias comerciales, y ha estimulado la creación de interesantes circuitos urbanos de turismo cultural (véase Pinochet Cobos y Gerber Bicecci, 2012b). Pero las prácticas artísticas jóvenes apenas logran extender algunas ramificaciones hacia estas dinámicas, y en general, de sus actividades profesionales resultan demasiado laxas, múltiples y dispersas para ser cuantificadas con los criterios de una industria. Es por eso que hemos preferido centrar la mirada en prácticas que caracterizan el ejercicio artístico de esta nueva generación, tomando a los actores mismos como el punto de partida de nuestra inquisición. Basándonos en los resultados cualitativos de las primeras fases de investigación, trabajamos en conjunto con Nomismæ, S.C. para elabo-

rar un cuestionario que fuese capaz de dar cuenta de este punto de vista que guarda cierta relación con una sociología de las profesiones. ¿Qué tipos de trabajos desempeñan los jóvenes artistas? ¿Cómo estructuran sus dinámicas de trabajo colaborativo? ¿De qué fuentes provienen sus recursos económicos? ¿Qué formas de financiamiento obtienen para su trabajo?

CUALITATIVO Y CUANTITATIVO

Los resultados cualitativos que obtuvimos los últimos dos años provienen de un exhaustivo proceso de investigación. Las entrevistas en profundidad constituyeron una herramienta central que nos permitió comprender la diversidad de miradas de los diferentes actores involucrados en las artes visuales jóvenes; así como entrevistamos a jóvenes artistas y proyectos colectivos, recabamos también la perspectiva de otras generaciones para intentar construir un panorama complejo sobre el lugar y situación en la que los jóvenes artistas se desempeñan hoy, comparándolo con el testimonio de generaciones que empezaron su producción artística o cultural dos décadas atrás. De los más de 60 actores del medio artístico que entrevistamos, al menos 34 tienen entre 23 y 35 años y realizan sus actividades artísticas en el Distrito Federal. Poco después de analizar el material recogido y buscando una perspectiva crítica de nuestro estudio, decidimos organizar tres mesas de trabajo donde pudieran discutirse los resultados preliminares que obtuvimos en el trabajo de campo. Cada una de éstas fue conformada por siete jóvenes artistas y promotores culturales de entre 23 y 35 años, dándonos un total de 21 actores del medio. Con ellos discutimos temáticas centrales para la investigación: “Desafíos y alternativas de la educación artística en México”, “Nuevos agentes culturales en la escena artística mexicana” y “Trabajo en red: innovación, tendencias y cruces interdisciplinarios”.

Los datos obtenidos por Nomismæ, S.C. derivan de “175 encuestas, [...] principalmente por vía electrónica [a] personas entre los 18 y 35 años que realizan actividades artísticas en el Distrito Federal [...]” (Nomismæ, S. C., 2012: 2.1 Tamaño de la muestra). Es importante

resaltar que la encuesta incluía, exceptuando las artes escénicas, una gran diversidad de actores del medio artístico: editores jóvenes, músicos, cineastas, artistas visuales y productores de multimedia; por lo tanto, de los 175 encuestados, solamente 40% corresponde a las artes visuales, lo que equivale a 70 encuestados de nuestro ámbito de investigación específico.

Dada la comparabilidad de la muestra de ambos estudios, es posible contrapuntear entre nuestros datos cualitativos y el ejercicio cuantitativo realizado por Nomismæ, S.C., pensando ambas experiencias de investigación como instancias complementarias e igualmente confiables: 70 encuestados en 2012 y 55 entrevistados entre 2010 y 2011. El cuestionario a partir del cual se aplicó la encuesta de Nomismæ, S.C. fue realizado con base en los resultados de nuestra investigación y el diálogo presencial entre ambos equipos. Éste intentó responder a las necesidades de todas las áreas de estudio, profundizando en una serie de temáticas en las que las cifras cuantitativas podrían enriquecer nuestras conclusiones. De modo general, estas temáticas fueron las condiciones laborales a las que se enfrentan los jóvenes y las economías domésticas para sortearlas, el papel de la tecnología y los medios de comunicación en el contexto actual de la producción artística joven y su posición respecto del futuro en el mediano y largo plazo. En las páginas siguientes examinaremos los resultados de mayor relevancia para nuestro campo creativo, ilustrando con cifras las tendencias que logramos distinguir en las etapas previas de nuestro trabajo. Reflexionaremos en torno a cinco aspectos significativos de las prácticas de los artistas jóvenes de la Ciudad de México: a) condiciones laborales, b) economías domésticas, c) emprendeduría y prácticas colaborativas, d) usos de la tecnología y e) miradas sobre el futuro.

CONDICIONES LABORALES

Una de las coincidencias más relevantes entre el ejercicio cuantitativo realizado por Nomismæ, S.C. y nuestra experiencia de campo tiene que ver con la precariedad de las condiciones laborales a las que se enfrentan los jóvenes. En artículos anteriores habíamos trazado el siguiente perfil de sus ocupaciones:

[...] no poseen trabajos con contrato, se ganan la vida con proyectos esporádicos o con trabajos por honorarios y muchos afirman que viven al día o generando pequeños ahorros para afrontar tiempos de menor carga laboral, lo que los ha obligado a tener mucho orden y austeridad en sus presupuestos domésticos: ser artista joven implica aprender a pensar a mediano plazo y administrar los ingresos esporádicos a lo largo de los meses de desocupación. Algunos reciben apoyos familiares o han sido acreedores de herencias, pero la gran mayoría enfrenta estas circunstancias sin mayores redes de protección. Incluso los jóvenes artistas que tienen presencia en el mercado y son considerados "exitosos" dentro de su generación deben realizar estos malabares presupuestarios (Pinochet Cobos y Gerber Bicecci, 2012: 68-69).

Esta descripción coincide con estudios internacionales anteriores que suelen señalar que el trabajo en el campo artístico, respecto de otras poblaciones laborales "muestra tasas más altas de autoempleo, tasas más altas de desempleo, diversas formas de subempleo limitado (trabajo a tiempo parcial no voluntario, trabajo intermitente, pocas horas de trabajo), y son más a menudo empleados de múltiples trabajos" (Menger, 1999:545). Sin embargo, es interesante observar que si bien los jóvenes artistas se enfrentan a un panorama de precariedad laboral, su nivel socioeconómico se ubica entre los de mayor bienestar. No es nuevo comprobar que las artes y la cultura se producen y consumen, sobre todo, en las esferas intelectuales y que éstas representan sectores minoritarios de la población. En línea con la gran mayoría de los estudios sobre la población de productores culturales (Menger, 1999; Throsby y Zednik, 2010), los jóvenes artistas poseen un nivel educacional significativamente más alto que el de otras profesiones: 70% de los encuestados totales por Nomismæ, S.C. terminó una licenciatura, 14% tiene incluso un posgrado y sólo 16% dejó sus estudios en la secundaria o bachillerato (Nomismæ, S.C., 2012: Nivel de escolaridad).

Sin embargo, los modos de generar ingresos y recibir sueldos entre los trabajadores culturales poseen algunas peculiaridades que pueden

apreciarse tanto en la aproximación cualitativa como en la cuantitativa. Los artistas desempeñan con versatilidad una gama amplia de ocupaciones, tanto dentro como fuera del mundo del arte: 81% de los artistas visuales encuestados afirma realizar diferentes actividades y sólo 19% se dedica únicamente a su actividad artística (Nomismæ, S.C., 2012: Fuentes de ingreso). Esta forma de ocupación, que designamos en publicaciones anteriores como una condición de “multitarea”, no es exclusiva de los productores locales. El estudio realizado por David Throsby y Anita Zednik en Australia en el año 2010, apunta que “muchos artistas no restringen su trabajo creativo a una sola forma de arte, sino que atraviesan otras áreas de la práctica artística” (Throsby y Zednik, 2010:8). Los autores hacen uso de una clasificación de los tipos de trabajo artístico que distingue entre tres formas de ocupación: el “trabajo creativo” —relativo a su práctica artística principal—, el “trabajo relacionado con el arte” —donde se incluirían las labores de docencia, escritura o administración dentro del campo artístico— y el “trabajo no artístico” —que abarcaría todas las ocupaciones, pagadas y no pagadas, sin relación alguna con la práctica del arte. Las dos primeras categorías reunidas formarían lo que se denomina “el trabajo artístico total”. Por desgracia, nuestros datos no permiten observar esta distinción, ya que todas las actividades no directamente comprometidas con la producción artística, como la docencia, aparecen en la categoría de “otras actividades”. De acuerdo con los datos etnográficos y cualitativos, el “trabajo artístico total” así considerado representaría un porcentaje bastante alto de las fuentes de ingreso de los jóvenes artistas en la actualidad.

Si nos limitamos a la producción artística, los resultados entre ambas experiencias de investigación parecen confluir. A partir de nuestro trabajo de campo podemos concluir que la mayoría de los artistas jóvenes no tienen una galería fija que les ayude en la producción, exhibición y venta de su trabajo. Un porcentaje menor de artistas logró trabajar con alguna galería temporalmente (uno o dos años) y un número significativo de ellos ha sido invitado a exposiciones colectivas en las que su obra podía venderse a través de la galería donde era realizada la exposición, pero terminado el tiempo de exposición no acceden a un contrato de mayor duración. Considerando a los productores

que tienen una galería o representante (la menor parte de nuestros entrevistados) y quienes han sido parte de experiencias temporales como las mencionadas (exposiciones colectivas o tiempos de prueba), tiene sentido pensar que 40% de los artistas visuales “ofertan sus obras a varias —o una sola— galerías o coleccionistas” (es decir, a través de galerías y coleccionistas) y el restante 60% “las vende directamente al público” (Nomismæ, S.C., 2012: Oferta de los emprendedores). Desde luego esto no significa que dichas ventas se concreten: en la experiencia que tuvimos durante las entrevistas, constatamos que el porcentaje de artistas que viven de su obra es sumamente reducido, aunque en ocasiones consigan sostenerse durante periodos largos a partir de la venta de un par de piezas. En la mayor parte de los casos esta salida comercial no es sostenida en el tiempo, lo que los lleva a emplearse en diversos trabajos o pedir becas y apoyos para cubrir sus necesidades diarias. Respecto de los contratos y prestaciones, tanto en nuestro ejercicio cualitativo como en el cuantitativo, las respuestas fueron contundentes: 68% de los artistas visuales asegura no contar con un contrato laboral, mientras que el restante 32% sí cuenta con uno. Al preguntar por las prestaciones sociales (IMSS, ISSSTE, Infonavit, Afore), la tendencia se acentúa: 87% de los artistas visuales jóvenes afirmó no tener acceso a ninguna de ellas y solamente 13% cuenta con alguna (Nomismæ, S.C., 2012: Tenencia de contrato laboral y prestaciones laborales). Durante los meses de trabajo de campo resultó relativamente fácil detectar que quienes cuentan con un contrato y prestaciones —aunque consideraran estar mal remunerados para la cantidad de responsabilidades y carga de actividad implicada en su trabajo— eran los que trabajaban para instituciones privadas o gubernamentales como museos, colecciones y fundaciones. Este tipo de empleos suele estar ocupado en mayor medida por gestores y curadores que por artistas y productores. Uno de los desafíos de las políticas culturales del futuro sería generar un sistema de seguridad social para los artistas, ya que tomar un empleo tradicional —que puede ofrecer esas condiciones— significaría para ellos, prácticamente, abandonar el trabajo de taller y producción de objetos artísticos. Como apuntamos en uno de los textos publicados a partir de esta investigación, es prioritario ofrecer alternativas concretas de protección social a los jóvenes

del mundo cultural, ya que se avecina un escenario preocupante en el mediano y largo plazos: los artistas y gestores deberán enfrentar una vida adulta desprovista de ahorros y de seguro médico (Pinochet Cobos y Gerber Bicecci, 2012).

Es posible comprobar el carácter esporádico y de temporalidades difusas del trabajo de los artistas a través de cifras indirectas: su registro en el Servicio de Administración Tributaria (SAT) puede darnos una idea de la regularidad de sus ocupaciones. El estudio de Nomismæ, S.C. identificó que 50% de los encuestados están dados de alta en el SAT y el otro 50% no (Nomismæ, S.C., 2012: Creadores inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes), lo que se corresponde con nuestros hallazgos previos. En muchos de los relatos de nuestros entrevistados aparecía constantemente esta división: gran parte de los trabajos esporádicos que los artistas jóvenes realizan para solventar su economía diaria —como dar clases o realizar un proyecto específico para una institución o museo— son pagados con recibos de honorarios. Otra buena parte de estos trabajos —como ser asistente de artista, hacer trabajos de diseño de interiores para algún particular o vender una pieza a familiares y coleccionistas casuales— no exige el uso de recibos de honorarios. También es importante destacar que en algunas de nuestras entrevistas observamos la práctica de “intercambiar servicios” entre artistas jóvenes, es decir, a partir de sus conocimientos específicos, intercambian trabajo según las necesidades: “le pedí que programara mi página web y, a cambio, le ayudé con la corrección de estilo y trabajo editorial de su libro de artista”, nos contó una artista joven.

A pesar de que el ejercicio cuantitativo de Nomismæ, S.C. registra que solamente 20% de sus encuestados ha tenido acceso a alguna beca o apoyo (véase Nomismæ, S.C., 2012: Becas y apoyos a la producción), en nuestro trabajo de campo todos los entrevistados habían sido beneficiados al menos una vez por apoyos tanto gubernamentales como de instituciones privadas. Revisando a fondo las características de los encuestados, en el caso de Nomismæ, S.C., el grueso de sus encuestados se ubica entre los 21 y 29 años, mientras que la mayoría de nuestros entrevistados tenían entre 27 y 35 años. Si consideramos que entre los 21 y 26 años los artistas están todavía terminando sus estudios —aunque algunos acceden a un apoyo durante este periodo—,

es posible explicar la diferencia entre ambas percepciones; la edad también podría explicar por qué la encuesta afirma que 58% de los artistas visuales recibe apoyo de un familiar o tutor (Nomismæ, S.C., 2012: Apoyos por parte de tutor o familiar). Sería lógico pensar que si los encuestados están aún en una etapa de formación, sus padres todavía son quienes proveen el mayor soporte económico, y en cambio son pocos los que gozan de apoyos por parte de familiares o tutores después de los 30 años. El origen principal de las becas o subsidios recibidos por los artistas encuestados coincide con nuestras indagaciones previas: el Estado es el principal patrocinador de las actividades artísticas con 55 por ciento.

ECONOMÍAS DOMÉSTICAS

El perfil laboral y socioeconómico de los artistas visuales suele tener un comportamiento anómalo respecto de otras ocupaciones. A pesar de que sus características laborales y sus ingresos muestran claros signos de precariedad, los artistas y productores culturales acceden a prácticas de consumo y formas de vida de los segmentos con mayor poder adquisitivo de la sociedad. Algunos autores señalan que la actividad creativa —y algunos rasgos que lleva aparejada, como la flexibilidad, la alta estimulación y los modos de estructuración del tiempo libre— se ha expandido crecientemente hacia otros dominios profesionales (Florida, 2002), de forma que este tipo de ambivalencias resultan cada vez más frecuentes en los empleos de los jóvenes. Sin embargo, ¿cómo estructuran los artistas visuales sus economías personales para que sus limitaciones presupuestarias no les impidan realizar actividades de esparcimiento, relativas a la cultura y la ciudad? Profundizaremos en algunos aspectos de este punto.

Las cifras obtenidas por Nomismæ, S.C. nos permiten una primera perspectiva respecto de los ingresos de esta población particular. Contradiendo a la mayor parte de los estudios estadísticos sobre productores culturales, este trabajo identificó ingresos superiores a los de los trabajadores generales: 63.1% de los encuestados declaró ganar más de cinco salarios mínimos mensuales, que serían equivalentes a

lo que recibe 15.1% de los habitantes ocupados del Distrito Federal. La mayor parte de los jóvenes artistas visuales encuestados declararon ganar entre 3 600 y 15 000 pesos, aunque menos de 50% de los recursos percibidos proviene de su producción artística. El grueso de ellos —aunque no todos— reciben sus ingresos mensualmente: la mayor parte de las veces por honorarios, servicios temporales, venta de piezas, comisiones y, en un porcentaje menor, por un sueldo fijo (Nomismæ, S.C., 2012: Ingresos, Ingresos por actividad y Tipo de ingreso). Por su parte, la investigación cualitativa de 2010 y 2011 mostró una tendencia ligeramente distinta: en las diversas entrevistas aparecía constantemente la característica de un trabajo inestable, es decir, algunos meses de “bonanza” por la realización de algún proyecto remunerado, y otros meses de relativa desocupación, viviendo del excedente de meses anteriores. Los artistas que tienen un sueldo fijo pagado de forma mensual resultaron ser excepciones en nuestra muestra, y en el caso de quienes lo reciben, se trata solamente de una base que debe complementarse con otros ingresos.

Durante nuestro trabajo de campo intentamos recabar números certeros sobre las economías domésticas de nuestros entrevistados. Aunque sus testimonios nos daban una idea bastante clara de cómo se las ingeniaban para sobrevivir, fue difícil explicar con mayor detalle sus ingresos y gastos. Hubo algunas excepciones: una artista de 31 años hizo un relato bastante pormenorizado de su economía doméstica, el cual reproducimos parcialmente aquí:

Tuve mucha suerte porque terminé La Esmeralda y coincidió con que me saqué la beca del Fonca. Fue como agarrarme de una liana a otra porque ya no tenía la beca de mis papás. [...] Ahora vendo de vez en cuando algo de mi obra. No tengo galería fija, sólo una persona en Monterrey que mueve mi trabajo. En general, cuando vendo, consigo trato directo y eso es bueno porque me quedo con el 100% de la venta, mientras que con una galería se repartiría en cincuenta y cincuenta. También tengo mi sueldo de dar clases, que es muy malo, pero es una seguridad al mes junto con dos vales de despensa: el dinero Monópoli. Pago renta así que soy muy organizada: junto, junto, y doy el año por adelantado, eso hace que pueda liberarme un poco y sentir que

aunque no tenga para comer, al menos tendré techo. Así le hago. Y luego me salen chambas de pintar lo que sea, desde retratos, cuartos, casas, patios, decoración de interiores: ahí hay un abanico enorme. Hay unas chambas horribles, pero muy bien pagadas, como atinarle al capricho de una mujer embarazada que quiere un cuarto para su bebé.

Alternando becas y subvenciones, trabajos esporádicos y pequeños sueldos estables, los jóvenes artistas que pudimos entrevistar a lo largo de nuestro estudio organizan sus ingresos para cubrir sus gastos y necesidades previendo periodos de desocupación total o parcial. Suelen compartir los gastos de renta (estudio y/o dormitorio) con amigos o conocidos, destinando para estos efectos alrededor de tres mil a cuatro mil pesos; gastan un monto parecido en comidas y alimentos, cocinando en casa o arreglándose en “comidas corridas”; destinan cerca de mil pesos a cubrir los servicios básicos (agua, luz, gas, teléfono, internet), y un monto cercano a éste en movilización y esparcimiento. Aunque hay variaciones entre unos artistas y otros, un artista joven independiente y sin hijos suele estructurar su economía doméstica básica con un ingreso aproximado de ocho mil pesos mensuales, cifra que no incluye los gastos de producción de obra, seguro médico, la compra de artículos como libros, ropa o tecnología.

Pocos de nuestros entrevistados reciben, efectivamente, ocho mil pesos al mes. Como apuntamos, los sueldos fijos —que generalmente provienen de dar clases o algún tipo de trabajo institucional— son tan sólo una base. La mayor parte distribuye a lo largo de periodos más extensos los ingresos extraordinarios de una venta de obra, o de la participación en un proyecto artístico remunerado. Muchos se ven compelidos a aceptar todo tipo de ocupaciones vinculadas a su práctica artística, generalmente de carácter técnico o artesanal, para completar los ingresos necesarios. La mayor parte debe acudir a patrocinios, becas y apoyos de diverso tipo para financiar su producción artística, especialmente cuando se trata de materiales inaccesibles para su presupuesto. El programa de Jóvenes Creadores del Fonca, en efecto, entrega una beca de producción —es decir, para la realización de proyectos artísticos— con una mensualidad de 8 532.20 pesos por

año a 240 creadores de todo el país e intenta cubrir toda la diversidad de disciplinas artísticas.² A pesar de su objetivo principal de otorgar una mensualidad que facilite la producción de un proyecto a desarrollar durante un año, la mayoría de los artistas jóvenes termina utilizando buena parte de este apoyo —a veces más de la mitad— para complementar el sustento cotidiano. Como hemos mencionado en artículos anteriores, es importante para un artista desarrollar competencias y habilidades de gestión, ya que deben negociar con empresas e instituciones para conseguir recursos y auspicios cruciales para el desarrollo de su trabajo.

EMPRENDEDURÍA Y PRÁCTICAS COLABORATIVAS

Coincidiendo con los estudios estadísticos sobre productores culturales, los datos recogidos por Nomismæ, S.C. señalan que los emprendimientos ocupan un importante papel en la cohorte de edad aquí investigada. Particularmente en la Ciudad de México estas ocupaciones creativas contrastan fuertemente con la población ocupada general, ya que mientras 74% de ellos se reportan como empleados, la mayoría de los artistas encuestados declaran ser profesionistas independientes (Nomismæ, S.C., 2012: Proyectos independientes). En el campo específico de las artes visuales esta tendencia se atenúa, ya que menos del 50% de los artistas señalaron tener un proyecto independiente. Los números, en este caso, no nos ofrecen una idea muy clara del tipo de emprendimiento del que estamos hablando, por lo que resulta de utilidad volver a la información cualitativa. ¿Qué formas de emprendimiento pueden ser observadas en el mundo de las artes visuales jóvenes de la Ciudad de México?

Las iniciativas creativas que predominan en el campo de las artes se sitúan más bien en las fronteras de lo que se ha llamado el “emprendedor cultural”, ya que si bien se comparten algunas características con éste, las peculiaridades son considerables. Siguiendo a Rowan,

² Dato obtenido de la Convocatoria 2012-2013 de Jóvenes Creadores del Fonca, en <http://fonca.conaculta.gob.mx/convo_cerradas/2012/BasesJovenesCreadores2012.pdf>.

los emprendedores son aquellos profesionales que “entienden las estructuras del mercado sin perder, por ello, especificidad y dominio sobre el ámbito cultural” (2010:89), no todos los proyectos independientes de los artistas pueden ser considerados propiamente “emprendizajes”. Aunque muchas de estas iniciativas suelen ser movilizadas por un espíritu emprendedor y creativo, “no siempre se trata de iniciativas empresariales o que persiguen el lucro como objetivo en sí mismo” (Gerber Bicecci y Pinochet Cobos, 2012:60). En ocasiones los artistas se involucran en pequeños negocios, como galerías o centros culturales, pero por lo general sus proyectos independientes guardan relación con prácticas autogestivas que no generan mayores ingresos económicos como espacios de experimentación o plataformas colaborativas. La alta concentración de oferta cultural en la Ciudad de México es un aliciente importante para este tipo de proyectos, tal y como se refleja en los resultados de Nomismæ, S.C. y como apunta la literatura internacional que ha indagado en la emergencia de “ciudades creativas”.

Los datos cuantitativos avalan una tendencia a la cooperación en el trabajo artístico. De los encuestados que manifestaban realizar proyectos independientes, más de la mitad (56.1%) afirmó producir sus actividades en conjunto o colaboración, tal y como pudimos observar en las fases previas del estudio. Las nuevas generaciones de artistas visuales buscan formas flexibles de agrupación en las que los procesos colaborativos sean compatibles con la individualidad y los proyectos personales de sus integrantes. Esto permite participar simultáneamente de un número amplio de iniciativas artísticas, que, por lo general, no constituyen conformaciones estables en el tiempo, sino más bien proyectos efímeros que valoran el movimiento de la escena y la multiplicidad de sus propuestas (Gerber Bicecci y Pinochet Cobos, 2012:60). Es quizás esta convivencia y colaboración cotidiana la que convierte a los artistas visuales en profesionales que valoran particularmente su trabajo y estilo de vida, a diferencia de lo que algunos estudios han demostrado en otras industrias culturales como la televisión, las revistas y los discos, donde sus trabajadores se sienten aislados y sufren de ansiedad (Hesmondahalgh y Baker, 2010). Esta importante propensión a conformar equipos cooperativos es estimu-

lada, al mismo tiempo, por las posibilidades que ofrecen al trabajo artístico las nuevas tecnologías, lo que nos lleva al siguiente punto.

USOS DE LA TECNOLOGÍA

Otro de los ámbitos de indagación de nuestro trabajo tiene que ver con el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las prácticas artísticas jóvenes de la actualidad. A partir de la observación etnográfica y las entrevistas realizadas, pudimos registrar no sólo los usos estratégicos que éstas reciben en el ejercicio profesional de los artistas, sino también los modos en los que las TIC han modificado las formas en que se estructura el pensamiento y la acción en las nuevas generaciones (Pinochet Cobos y Gerber Bicecci, 2012). Estos resultados se confirman con los datos del ejercicio cuantitativo de Nomismæ, S. C. De acuerdo con éste, 93% de los artistas visuales tienen una conexión propia a internet, 85% de ellos posee una computadora portátil propia y 98% utiliza redes sociales, destacando entre ellas el uso de Facebook (Nomismæ, S.C., 2012: Conexión a internet, Uso de tecnología por actividad artística y Acceso a redes sociales). Uno de los nuevos datos que arrojó este estudio respecto de los usos de las TIC es la importancia que éstas tienen para la difusión del trabajo artístico, alcanzando el significativo número de 97% de los encuestados. Otro uso destacado de las tecnologías, no sólo en el caso de los artistas visuales sino también en otros campos creativos, es la conformación de redes laborales y de intereses: 74% de los jóvenes de nuestra disciplina artística afirmaron que contactaban a gente con intereses comunes a través de internet.

Ese generalizado uso de las TIC para la difusión del trabajo artístico es apoyado en el considerable porcentaje de artistas visuales (82%) que tiene un blog o una página web personal en la que pueden mostrar su trabajo. Es interesante contrastar este dato con la cantidad de artistas jóvenes que son representados por una galería, un dato casi inversamente proporcional: esto querría decir que las TIC se han convertido en la principal herramienta para la difusión de la obra de artistas jóvenes, reemplazando, en cierta medida, las vías tradicionales. Sin embargo, es importante señalar que las redes sociales —a diferencia

de los blogs y páginas web— suelen ser utilizadas, simultáneamente, para fines diversos, de modo que se entremezclan las actividades laborales con el ocio, y las relaciones profesionales con las de carácter personal. Así, los artistas visuales encuestados señalaron que utilizaban estos sitios para relaciones de amistad (90%), para relaciones laborales (69%) y para anunciar o promocionar el propio trabajo (79%) (Nomismæ, S.C., 2012: Uso de redes sociales por actividad artística). Creemos que esta tendencia en el uso de las TIC es un reflejo de las dinámicas cotidianas generales de los artistas jóvenes, que en diversas ocasiones nos manifestaron que el límite entre lo personal y lo laboral es difuso. Como apuntamos en un texto anterior, los jóvenes suelen discutir sus proyectos en espacios recreacionales porque sus emprendimientos casi siempre están atravesados por las amistades y la afinidad social (Gerber Bicecci y Pinochet Cobos, 2012).

Al ser interrogados acerca de los beneficios y riesgos percibidos de las nuevas tecnologías, los artistas visuales consultados por Nomismæ, S.C. confirman la tendencia a valorar sus potencialidades para la colaboración. Así, al jerarquizar cuatro posturas frente a las TIC, los artistas priorizaron las positivas a las negativas, siendo la más mencionada de todas el que “facilitan las dinámicas de trabajo colectivo, generando un libre intercambio de información”. En segundo término, señalaron que las TIC “potencian la creatividad al permitirme acceder al trabajo de otros creadores”. La tercera postura en la jerarquía declaraba “la ilimitada oferta de información dificulta los procesos creativos y los vuelve superficiales”; esto, además, coincide con el equilibrio consciente entre las ventajas y desventajas de las TIC que nuestros entrevistados intentaban lograr: se tiene en alta estima el hecho de que facilitan la comunicación, pero a la larga eso puede redundar en la generación de contenidos pobres o superficiales. “Por eso —nos dijo un entrevistado muy joven—, entre más grande tenga la red, mejor, porque puedes reunir a un grupo grande de gente que sabe sobre cosas específicas y entre todos producir mejores contenidos”. Finalmente, la menos elegida de todas las opciones aludía a los riesgos que las TIC suponen para los derechos de propiedad intelectual, confirmando las observaciones que pudimos realizar a lo largo de nuestro trabajo de campo.

Pero incluso a la luz de estos datos es importante apuntar que los jóvenes tienen una postura híbrida frente a las redes sociales e internet, ya que sus usos contemporáneos no sustituyen del todo las prácticas presenciales. Aunque en el ejercicio cualitativo no fue posible incluir una pregunta que ponderara con números certeros esta tendencia, el testimonio de uno de nuestros entrevistados —un artista muy joven, todavía estudiante de La Esmeralda— expresa claramente esta combinación de recursos virtuales con la convivencia real: “Estamos tratando de ver sus virtudes [de las TIC], pero también intentamos contrarrestarlas con encuentros, espacios donde nos podamos reconocer físicamente. Creo que es importante remarcarlo, no todo está hipertecnologizado”.

MIRADAS SOBRE EL FUTURO

Una línea central en nuestra investigación fue intentar dilucidar cómo los jóvenes artistas enfrentan la idea de futuro a corto, mediano y largo plazos. A la luz de la ya mencionada precariedad laboral y la creciente importancia de las TIC, pensar en el futuro es, quizás, una de las mayores dificultades a las que se enfrentan los jóvenes hoy en día. Como apuntamos en un texto anterior,

[...] las preguntas sobre la estabilidad económica a largo plazo, planeación, ahorros, etc., siempre trajeron a la mesa un silencio largo, seguido de una respuesta en la que se hacía evidente una suerte de evasión. Los jóvenes artistas no parecen pensar mucho en el futuro y no tienen planes porque no hay forma de hacerlos. Pero, al mismo tiempo, esa incertidumbre les ha permitido tomar parte muy activa de su presente, desarrollar y levantar proyectos sin saber cómo van a sostenerse o si seguirán existiendo a la vuelta de dos años (Gerber Bicecci y Pinochet Cobos, 2012:47-48).

Para intentar entender mejor el pensamiento de los jóvenes respecto de estas proyecciones diseñamos, junto con Nomismæ, S.C., una pregunta al final del ejercicio cuantitativo que les pedía a los encuestados señalar cuáles de los siguientes enunciados los identificaban a este respecto:

- A. No estoy preocupado por mi futuro: siempre sale algo.
- B. Estoy optimista acerca del futuro. Creo que voy a cosechar lo que he sembrado.
- C. Debería preocuparme, pero la verdad es que vivo el día a día.
- D. El panorama se ve bastante oscuro. Estoy preocupado al respecto.

La mayoría de las respuestas de los artistas visuales, al igual que lo que advertimos en el trabajo cualitativo, se ubicaron entre las opciones A, B y C: 59% de los artistas visuales encuestados declaró estar optimista acerca del futuro, creyendo que va a cosechar lo que ha sembrado; 17% de ellos se adhirió a la afirmación de que “el panorama se ve bastante oscuro”, manifestando estar preocupado al respecto; 13% señaló que debería preocuparse, pero la verdad es que vive el día a día, y finalmente, 11% de los artistas afirmó no estar preocupado por su futuro, ya que siempre sale algo (Nomismæ, S.C., 2012: Perspectiva de los creadores sobre el futuro).

Aunque es importante tomar en cuenta que la pregunta aquí transcrita no hace explícito si se trata del corto, mediano o largo plazo, las respuestas que encontramos tienen algunas coincidencias con nuestras indagaciones cualitativas. Durante la experiencia en las mesas de trabajo y las entrevistas en profundidad pudimos observar que la mayoría de los artistas visuales son optimistas al pensar en el corto y mediano plazos. Declarar que “siempre sale algo”, quiere decir que se logrará seguir sorteando la economía doméstica, así como señalar que se va a “cosechar lo sembrado”, refleja la esperanza de que el trabajo propio logrará posicionarse, reeditando mejor a mediano plazo y disminuyendo la necesidad de realizar tantos trabajos complementarios. No obstante, al aludir a un proyecto a largo plazo —como tener familia o comprar una casa—, la respuesta podría resumirse con el enunciado C: “Debería preocuparme, pero estoy viviendo día a día”. La respuesta más pesimista apareció solamente cuando los entrevistados hacían referencia a su vejez, al retiro y a las posibles enfermedades que sufrirían sin un seguro médico. En esos casos, todos los testimonios coincidían en que “el panorama se ve bastante oscuro”.

Los porcentajes obtenidos por el ejercicio cuantitativo reflejan la diversidad de opiniones de los artistas jóvenes. Disentimos, sin embargo, con la interpretación que hace Nomismæ, S.C. de las cifras, puesto que a nuestro juicio acentúan demasiado el optimismo de los jóvenes sobre el futuro. Si bien las respuestas optimistas corresponden a la mayor parte de la muestra (59%), creemos que este porcentaje refleja sobre todo la tendencia a pensar en un futuro inmediato y a corto plazo por parte de los artistas jóvenes. Se trata de una generación que tiende a evadir algunas de las decisiones de la adultez, en parte por la inestabilidad laboral y económica a la que se enfrentan y también por un afán de realización profesional (a diferencia de sus padres) antes de hacer proyectos personales como casarse o tener familia. Vistos desde esta perspectiva, los números y porcentajes antes descritos reflejarían más un modo de vivir de los jóvenes artistas en el presente inmediato, de afrontar la vida desde el corto plazo, que un real optimismo frente al futuro.

CONTRAPUNTOS FINALES

Estos apuntes en torno a las condiciones laborales y las expectativas de los jóvenes artistas visuales del Distrito Federal ofrecen una perspectiva aterrizada del complejo escenario que enfrentan. A pesar de los pequeños desacoples, la metodología cualitativa que caracterizó nuestro estudio y la aproximación cuantitativa de Nomismæ, S.C. enriquecen sus hallazgos mutuamente, construyendo en conjunto un diagnóstico bastante pormenorizado de las formas que tiene este tipo de trabajo en la actualidad. Quedan en evidencia las particularidades y ambivalencias de una población laboral cuyas ocupaciones son mistificadas y aclamadas, por una parte, y menospreciadas y estereotipadas socialmente, por la otra. Hoy en día, a pesar de que la creatividad está en boca de todos, los artistas jóvenes siguen enfrentándose a una tarea difícil en la que prever, administrar y practicar la capacidad autogestiva resulta más necesario que nunca.

Es preciso señalar las tensiones que se generan entre los discursos generales en torno a las industrias creativas y culturales, y las realida-

des concretas que enfrentan sus actores. Particularmente en el campo de las artes visuales, el salto entre el nivel macro de la economía creativa y el nivel micro de las economías domésticas de los artistas permite matizar los optimismos desmesurados, que en ocasiones escuchamos en voz de instituciones, gobiernos y medios de comunicación. De este modo, frente a la lógica industrial que intenta pensar los sectores creativos siempre en función de productos cuantificables y estandarizables, las lógicas grupales e individuales de los actores no logran encontrar su sitio. Ante las versiones más radicales de dicho discurso sobre las economías creativas, gran parte de las prácticas que tienen lugar entre los jóvenes del campo artístico pierden sentido y centralidad, puesto que no se trata de estrategias creativas estrictamente orientadas a la generación de productos con valor económico o salida comercial. Las numerosas experiencias de trabajo colectivo que pudimos documentar a lo largo de nuestro trabajo constituyen, en sí mismas, una evidencia de otros modos de comprender las actividades laborales en el mundo del arte, ya que reflejan una mirada gozosa que no puede explicarse sólo a partir de sus réditos. En muchas ocasiones, los procesos colaborativos limitan peligrosamente con las fronteras de la fiesta y la convivencia; generan productos abstractos que no pueden ser medidos con números concretos, y sólo son exhibibles —a pesar de los tenaces intentos del mercado del arte— de manera indirecta.

Aunque nuestra experiencia de investigación ha mostrado que quienes se desempeñan en el campo de las artes valoran positivamente diversos aspectos de su modo de vida —trabajar en lo que les gusta, distribuir el tiempo de trabajo según las necesidades y tener la posibilidad de realizar actividades diversas a través de proyectos—, los “costos” del sistema laboral artístico están presentes en el corto y, sobre todo, en el largo plazo. Hemos visto que los artistas visuales deben manejar sus presupuestos considerando frecuentes periodos de desocupación u ocupación parcial; que a menudo deben asumir muchos empleos simultáneos (no siempre conforme a sus intereses), y que poseen escasas garantías sociales como seguros médicos, contratos y prestaciones. Si leemos estas condiciones a la luz de las características que Robert Castell ha enumerado para describir el trabajo en el pe-

riodo posindustrial —desestandarización del trabajo, flexibilización laboral, erosión de formas colectivas, etcétera (2004)—, nos encontramos con que los artistas representan un modelo prototípico del trabajo en la era de la *inseguridad social*. Incluso si no comulgamos con las conclusiones de Castell, que atribuyen a esta situación una progresiva “desocialización” y “descolectivización” de los individuos, los claros signos de precariedad laboral que observamos en los artistas jóvenes son razón suficiente para tomarse en serio las advertencias que diversos autores realizan en torno a la celebración del modelo laboral fundado en las industrias creativas. Aunque no ha sido posible aquí ahondar en esa discusión, bastará con una contundente cita de Angela McRobbie para observar estos riesgos en toda su ambivalencia:

La promoción del trabajo creativo ha terminado por ser una estrategia de despolitización, una manera de suprimir toda connotación política de la esfera laboral, que se ha reemplazado por la gratificación de las propias aspiraciones y expectativas, y por la expresión de uno mismo (McRobbie, 2010:155).

Es importante reiterar que estas afirmaciones no quieren decir que debe abandonarse la promoción de las industrias creativas, o que éstas sólo producen los ya mencionados efectos perversos en los modos de trabajo contemporáneo. Más bien, queremos enfatizar la importancia de este contrapunto entre las grandes cifras que apuntalan los aportes de la economía creativa y las pequeñas realidades de los actores que están detrás de éstas. Mantener esta perspectiva permite comprender los riesgos y desafíos específicos que deparan estas transformaciones para las políticas locales, ponderando en su justa medida los beneficios implicados y permitiendo desarrollar soluciones concretas para las carencias del sistema. Creemos que no hay fórmulas preestablecidas ni experiencias extranjeras que sean garantía de éxito para nuestro escenario contemporáneo, de modo que consideramos prioritario que se desarrolle la investigación, tanto cualitativa como cuantitativa, en torno a estas materias. Con sus limitaciones, este estudio puede constituir un primer paso, aunque todavía quede mucho camino por delante.

BIBLIOGRAFÍA

ALIANZA GLOBAL para la UNESCO

- 2006 *Comprender las industrias creativas: las estadísticas como apoyo a las políticas públicas*, en <http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_641B0E7E3ED6E09189068288C41A98CCA05E0100/filename/cultural_stat_es.pdf>.

CASTELL, Robert

- 2004 *La inseguridad. ¿Qué es estar protegido?*, Buenos Aires, Editorial Manantial.

FLORIDA, Richard

- 2002 *The Rise of the Creative Class... and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Nueva York, Basic Books.

GERBER BICECCI, Verónica y Carla PINOCHET COBOS

- 2012 "La era de la colaboración. Mapa abreviado de nuevas estrategias artísticas", en Néstor García Canclini, Francisco Cruces y Maritza Urteaga (coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid, Ariel/Fundación Telefónica, pp. 45-64.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Ernesto PIEDRAS

- 2008 *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI/Flacso.

_____ y Maritza URTEAGA

- 2012 *Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes*, Buenos Aires, Paidós/UAM.

HESMONDAHALGH, David y Sarah BAKER

- 2010 "A very Complicated Version of Freedom: Conditions and Experiences of Creative Labour in Three Cultural Industries", en *Poetics*, núm. 38, pp. 4-20, s.p.i.

McROBBIE, Ángela

- 2007 *La "losangelización" de Londres: tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña*, en <<http://eipcp.net/transversal/0207/mcrobbie/es>>.

- 2010 "Industria cultural", en A. Machado *et al.*, *Ideas recibidas: un vocabulario para la cultura artística contemporánea*, Barcelona, MACBA, pp.154-170.
- MENGER, Pierre-Michel
 1999 "Artistic Labor Markets and Careers", en *Annual Review of Sociology*, vol. 25, pp. 541-574, s.p.i.
- NOMISMAE S.C.
 2012 *Estrategias creativas y redes culturales para el desarrollo*, México, Fonca.
- PINOCHET COBOS, Carla y Verónica GERBER BICECCI
 2012 "Compendio para ciegos (o dónde buscar el relato de una generación invisible)", en Néstor García Canclini y Maritza Urteaga (coords.), *Cultura y desarrollo. Una visión crítica desde los jóvenes*, Buenos Aires, Paidós/UAM, pp. 37-90.
- ROWAN, Jaron
 2010 *Emprendizajes en cultura: discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- THROSBY, David
 2011 "Cultura, economía y desarrollo sustentable", en *Cultura, oportunidad de desarrollo*, Santiago, CNCA.
 ——— y Anita ZEDNIK
 2010 *Do you Really Expect to get Paid? An Economic Study of Professional Artists in Australia*, en <www.australiacouncil.gov.au/artistcareers>.

Jóvenes *techsetters* y emprendizaje en el contexto de la economía creativa

Enedina Ortega Gutiérrez

¿Existen nuevas formas de producción cultural? ¿Podemos observar estos procesos en la figura del joven *trendsetter* o establecedor de tendencias o emprendedor o creativo? ¿Se trata tal vez de una eclosión del discurso de la novedad sobre la forma de producir cultura y la relación entre economía y cultura? ¿Acaso los paradigmas actuales para analizar la realidad social y la cultura ya no son suficientes para comprender la irrupción de las tecnologías de la información y el fortalecimiento del mercado en los procesos de producción artística, musical y cultural contemporáneos en México? ¿Cómo ambos procesos inciden en la constitución de nuevos entornos laborales y el posicionamiento actual de los jóvenes en la denominada industria creativa? Éstas y otras preguntas motivaron mi participación en un equipo interdisciplinario de investigación, formado entre 2010 y 2011, que tuvo como objetivo indagar las estrategias creativas y las redes culturales de los jóvenes *techsetters*¹ involucrados en algunos campos de la producción cultural —como las artes visuales, la actividad editorial, la música y sus entornos tecnológicos— de la Ciudad de México.

Como resultado del proceso de investigación obtuvimos los siguientes resultados:

1. Los jóvenes se construyen en la sociedad red y se asumen como el grupo social que con mayor intensidad se posiciona en un contexto de innovación tecnológica en permanente recreación

¹ *Techsetters* es un concepto usado por la industria digital y por investigadores académicos para denominar a los jóvenes que marcan tendencias como activos tecnológicos en el marco de la sociedad de la información.

y dinamismo. Entre las principales características que van delineando las nuevas generaciones están: un incremento significativo del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC); la ampliación de la conexión móvil a través del teléfono celular y de los iPad; una cultura de la habitación y de itinerantes digitales; las redes sociales como espacios primordiales de sociabilidad y aprendizaje, diversión y trabajo, de creatividad, participación y crítica social.

2. Una cultura digital convergente para la producción cultural que está siendo construida entre los campos culturales más tradicionales y otros más novedosos, a partir del surgimiento de la web.
3. Los jóvenes *techsetters* experimentan diversos estilos de vida e innovaciones que llevan al desarrollo de organizaciones bajo un modelo de red; la red funciona como un nodo de agregación, asociación y contagio creativo estético alrededor de proyectos de emprendizajes (empresariales o puramente creativos) multidisciplinarios (artísticos creativos y/o artísticos funcionales).
4. En su producción cultural, los jóvenes enfrentan obstáculos (brechas digitales) en relación con los accesos a internet y la banda ancha, la adquisición y renovación de equipo y la formación en competencias tecnológicas.
5. Identificamos como un problema central la desigualdad social y la precariedad laboral que atraviesan los jóvenes, pero también captamos las diversas estrategias creativas que han desarrollado para sobrevivir en este contexto adverso y de crisis económica y social (Ortega Gutiérrez, 2011 y 2012).

Estos hallazgos sirven ahora de base para realizar, en este texto, una reflexión analítica y comparativa entre los resultados obtenidos a través de nuestra etnografía tradicional y virtual y los resultados de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes Culturales para el Desarrollo, realizada por el doctor Ernesto Piedras (Nomismæ, S.C., 2012), cuyo objetivo fue presentar una inspección analítica y propositiva enfocada sobre como los jóvenes creadores financian, dirigen, administran, organizan y difunden su producción artística. Con ello intentamos dar

respuesta al vacío empírico de investigaciones que vinculen y triangulen la experiencia, la subjetividad y la intersubjetividad de los jóvenes entrevistados con los datos y tendencias mostradas en la encuesta de Nomismæ, ya que cada método nos revela facetas "ligeramente diferentes" de la misma realidad estudiada (Ruiz Olabuenaga, 1999). Esperamos, así, lograr una visión más cercana a la realidad de los jóvenes creadores *techsetters* o emprendedores culturales y su cultura digital en el Distrito Federal. Este proceso permite no sólo validar y contrastar las características y tendencias proporcionadas por la encuesta, sino captar los procesos en campo a través de las voces de los jóvenes informantes, que fueron registradas mediante la observación, las entrevistas a profundidad y el seguimiento de sus trayectorias y redes sociales.

ECONOMÍAS CREATIVAS Y LOS JÓVENES *TECHSETTERS*

En pocos campos, como en las relaciones entre cultura y sociedad, resulta tan evidente el cambio operado en el mundo durante el periodo 1980-2010. La modificación del lugar de la cultura en la sociedad, argumenta Nestor García Canclini (2008:9), se debe a la industrialización de la producción cultural que entrelaza los bienes simbólicos con las innovaciones tecnológicas y con algunas zonas de la economía y las finanzas. México no es la excepción en este proceso mundial. De acuerdo con el Nomismæ (2012), nuestro país posee una rica variedad de industrias creativas o culturales y, por lo tanto, cuenta con el potencial necesario para generar crecimiento a partir del impulso de las mismas. Estas industrias se ubican dentro del campo de la economía creativa, "concepto emergente que trata con la creatividad, cultura, economía y tecnología en el mundo contemporáneo dominado por las imágenes, sonidos textos y símbolos" (Nomismæ, 2012:8).

Sin entrar en el debate académico entre los conceptos de industria cultural e industrias creativas, en el trabajo etnográfico se optó por usar la categoría analítica de industrias creativas porque ésta da cuenta, de una manera más objetiva, del papel de los jóvenes creadores en sus entornos formales y no formales, redes y procesos de trabajo, así como

de sus productos culturales y artísticos. Ejemplificaremos esta situación en dos de los siguientes casos de estudio tomados de nuestra red de jóvenes creativos *techsetter*:

Las Pokiankitsch son un colectivo de artesanas que brincó al arte y, como ellas mismas dicen, rescatan “la cháchara visual” y son las creadoras “del egoarte ciudadano de cocina y oficina”:

Gaby, de la empresa MUV Experimento, usó en general las aplicaciones más prácticas en la parte de producción, como la claqueta, el nivelador, instrumentos que son del día al día y puedo traerlos reunidos en el mismo lugar [iPad, celular, computadora]. Por otro lado, poder compartir en el internet de mi celular me abre las puertas para trabajar en cualquier lado y poder contar con la marea de información en cualquier parte.

Sin embargo, es imposible dejar de mencionar como uno de los obstáculos para el desarrollo de las industrias creativas la actitud pasiva y reactiva del Estado mexicano ante los retos de la sociedad de la información, contexto social y económico en donde se enmarcan estas industrias. Si bien se han realizado algunos esfuerzos importantes, éstos son aislados y sin dirección alguna. Hasta el momento, en México no se cuenta con una política de Estado clara, careciéndose de una agenda digital y política y legislación cultural apropiada. El liderazgo y control de la sociedad de la información y del conocimiento, de la economía digital y cultural, han sido dejados a las fuerzas del mercado y de las empresas privadas, aunque esta situación es matizada actualmente por la participación crítica de la sociedad civil.

Las nuevas demandas de la economía digital y de la globalización están cambiando la relación entre la economía y la cultura. Internet, la digitalización y las innovaciones tecnológicas están influyendo en la estructuración, en la dinámica y en los procesos de la cadena productiva de las industrias creativas y culturales con la creación, producción, consumo y distribución de una variedad de servicios, objetos y productos culturales. Esta nueva economía, por medio del mercado, impulsa la conversión acelerada de la cultura en un negocio, y por mediación de una amplia oferta de servicios y bienes culturales, está demandan-

do la reconversión digital de las empresas y agentes involucrados en la producción digital cultural (editorial, diseño gráfico, industrial, producción artística, etcétera) (Ortega Gutiérrez 2012:112-113). Por lo tanto, en la economía creativa emergen nuevas ocupaciones y profesiones que atraviesan las fronteras de diversos campos y entornos culturales, haciendo difusos sus linderos. Los jóvenes *techsetters*, estudiados en campo a través de sus redes tienden además hacia una organización reticular del trabajo. De aquí el disenso con las categorías utilizadas por Nomismæ ya que no es posible ubicar la distribución de las actividades artísticas de los jóvenes *trendsetters* en una sola categoría ocupacional. Veamos algunos ejemplos:

Jesús es artista plástico y promotor cultural; Berenice es fotógrafa, artista visual, *freelance* y empresaria; Tania es artista visual, profesora e investigadora; Mariana es arquitecta, empresaria, diseñadora editorial y textil; Mayeli es promotora cultural, productora y dueña del café Tintico; Isaac es artista visual y profesor; Diana, Elizabeth y Noemí son artistas plásticas y artesanas; MUV Experimento está conformada por artistas multimedia, publicistas y empresarios Pyme; Alma es gestora cultural, administradora y arquitecta de redes sociales; Yos es desarrolladora de aplicaciones multimedia, diseñadora editorial y gráfica y empresaria; Fershow es fotógrafo, artista visual y diseñador de modas; Salvador es *coolhunter*, diseñador de estrategias creativas en L'Oreal y de sitios web.

Coincidimos con Nomismæ, S.C. (2012) en que observamos que los jóvenes *techsetters* estudiados se concentran principalmente en disciplinas afines a las artes visuales, multimedia y editorial. Sin embargo, incluiríamos la importancia que transversalmente se le da a las nuevas tecnologías en la producción, administración, difusión, gestión cultural y emprendimiento.

SITUACIÓN LABORAL ACTUAL Y NUEVOS ENTORNOS

Los diagnósticos sobre la juventud mexicana de la última década, independientemente de la diferencia de enfoques, nos brindan contex-

tos de inequidad y desigualdad estructural. Gran parte de las historias de vida de la población juvenil está atravesada por una serie de desigualdades en su acceso a la educación, al empleo, a los servicios de salud, a niveles adecuados de alimentación, a la tecnología, etcétera. En su conjunto, la población juvenil está inmersa en un empobrecimiento profundo (Valdez, 2009).

Carlos Fernández-Vega presentó en su columna "México SA" (*La Jornada*, sábado 20 de octubre de 2012) los indicadores del INEGI respecto de la situación del empleo juvenil correspondientes a septiembre de 2012, que confirman la preocupante tendencia: a mayor escolaridad, mayor desocupación. "En el mes que se reporta, 5.5% de los desocupados no completó los estudios de secundaria en tanto que los de mayor instrucción representan 74.5%. Las cifras para la subocupación son de 41.9 y 58.1%, respectivamente". Con estos datos, explica el autor, se tiene que 1 900 000 mexicanos, con educación media superior y superior, se mantienen en desocupación abierta. También, el número de mexicanos en edad y condición productiva que sobreviven en la informalidad se mantiene al alza: en septiembre, 29.25% de la población se ubicaba en la informalidad, aunque, como afirma Fernández-Vega, en los hechos es alrededor de 60%, si se considera que muchas de las empresas que oficialmente forman parte del sector formal de la economía, contratan informalmente a sus trabajadores (sin contrato y prestaciones). Éste es el panorama de la situación y expectativas laborales que encaran en general los jóvenes educados como también los jóvenes creadores.

Los resultados que presenta Nomismæ, S.C. y los nuestros en campo coinciden con respecto de la precariedad de las expectativas y condiciones laborales que enfrentan los jóvenes creadores. Sin embargo, no fue fácil establecer siempre comparaciones porque en nuestro caso estábamos registrando procesos emergentes, por lo que decidimos presentar descripciones de procesos y casos paradigmáticos.

La mayoría de nuestros entrevistados carecen de contratos permanentes de trabajo y no tienen un salario fijo, por lo tanto, carecen de prestaciones sociales; combinan sus trabajos de *freelance* con trabajos eventuales por honorarios o de planta como formas de financiar sus proyectos creativos propios de corto, mediano y largo plazos; tie-

nen multifuncionalidad en las labores que realizan y borran los linderos entre trabajo y ocio. Si bien en las entrevistas manifestaron ser conscientes de la incertidumbre y precarización laboral, en términos de la percepción de su trabajo, los jóvenes *techsetters* no se visualizan trabajando en una oficina ocho horas diarias. El trabajar de manera independiente o *freelance* les permite seguir manteniendo cierta autonomía creativa y la experimentación/creación de nuevos nichos laborales. Veamos dos ejemplos:

Fershow [artista visual, becario del Fonca]: "Ahora sí vivo de mi trabajo, cuatro años después sí vivo de mi trabajo [...] pero no es algo que sea constante pero vivo de mí [...] es complicado también, de algún modo no vivo de mi trabajo fotográficamente pero sí vivo de mi trabajo creativo, o sea, sí [...] la gente me llama por creativo y de algún modo me llaman a resolver creativamente, técnicamente fotografía, cosas". Salvador [estudiante y *coolhunter*]: "Mi trabajo en L'Oréal consiste en crear estrategias digitales para cinco marcas profesionales y crear un *link* directo con el mundo de la moda. Tengo un pago al mes de 6 300 pesos por medio tiempo y prestaciones de seguro de gastos médicos, comida y estacionamiento, aunque realmente no es medio tiempo, los lunes, miércoles y viernes voy de 9 a 5 p.m. y los martes solamente de 9 a 12 porque tengo clases. Me contrataron porque se liberó una vacante en que se requería que alguien supiera de moda, que tuviera un blog y Pinterest y que supiera de redes sociales. Escribo ahora en un sitio llamado My Trend y recibo un pago de 250 pesos por nota, escribo cuatro notas al mes y solamente las mando el domingo al editor. Actualmente soy imagen de la campaña de Fall Winter 2012 de Adidas Originals y soy *crew* de Fashion Blogger. Con Adidas recibo mes a mes prendas de ropa con mi estilo y subo *looks* a Neon Delirium. También fui llamado a ser imagen de la campaña nacional de Adidas.

Entre los jóvenes *techsetters* identificamos nuevas formas de negociación laboral entre ellos y las empresas. Por lo general, estas negociaciones se centran en la incorporación de ciertas condiciones del contrato que les permitan independencia para realizar sus propios pro-

yectos creativos a cambio de obtener “mayor currículum”, medido desde su percepción subjetiva del éxito, lo que significa tener mayor prestigio, visibilidad y currículum. Sus “negociaciones” incluyen trabajar gratis algunos proyectos para estas empresas a cambio de tener la posibilidad de obtener nuevos proyectos pagados. De ahí que los *tech-setters* estudiados estén dispuestos a obtener incluso pagos en especie con productos de la empresa y salarios bajos sin ningún tipo de prestaciones sociales.

Los resultados del estudio etnográfico muestran que las redes sociales son usadas por estos jóvenes en el proceso de organización y producción del trabajo creativo a través de las diferentes herramientas que proporciona internet: páginas web, blogs, redes sociales. Sin embargo, si bien las nuevas tecnologías están siendo incorporadas a su trabajo creativo, también sabemos ahora que no todos cuentan con una formación profunda en torno a su uso.

Otros aspectos que están modificando los procesos tradicionales de las relaciones de trabajo son las nuevas formas de reclutamiento y búsqueda de trabajo, pues las redes sociales fungen como medios fundamentales para el posicionamiento social y laboral de estos jóvenes. Las redes no sólo les son útiles como plataformas de contacto y venta de sus productos y servicios, sino que generan una valoración más horizontal de sus obras entre los pares “añadidos”, así como entre los empleadores, compradores conectados en la red, lo que se mide en el *rating* de entrada a sus sitios y que tanto empresas como instituciones utilizan como parámetros para “cazarlos” a través de los *coolhunters* (para emplearlos en corporativos o subcontratarlos —*outsourcing*— en las empresas) y/o apoyarlos como artistas multifuncionales (becas, eventos, exposiciones, talleres). Sitios y redes como Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo o Manpower, son consultados por los reclutadores, pero también son utilizados por los jóvenes creadores para encontrar trabajos o socios para sus proyectos. Podemos concluir que a partir de estos procesos y situaciones laborales experimentadas por los jóvenes creadores, descritos en los anteriores párrafos, somos testigos de nuevas reconfiguraciones en las relaciones laborales entre empresas/instituciones y jóvenes creadores.

CULTURA DIGITAL Y JÓVENES CREATIVOS

La tecnología y el arte están hoy fuertemente vinculados. La tecnología puede ser en algunas ocasiones una herramienta para crear trabajo artístico, pero también hay piezas que existen únicamente en el ámbito virtual.

Tania, artista visual, investigadora, profesora de arte visual y animación

La irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación, en especial de la web 2.0, así como de las redes de producción, circulación y consumo, han traído durante las últimas dos décadas cambios rápidos y sustanciales en nuestra sociedad y en especial entre los jóvenes. Este entorno tecnológico ha modificado en los jóvenes sus comportamientos individuales, colectivos y los modelos organizativos relacionados con la cultura, el ocio, el trabajo y la educación, como también la participación política y ciudadana (Ortega Gutiérrez, 2012: 111). Es, precisamente, en este contexto donde ubicamos nuestro ámbito principal de indagación etnográfica relacionado con la cultura digital y las estrategias creativas de los jóvenes, observando y registrando que: a) los hábitos y usos de las nuevas tecnologías y redes sociales vinculan sus efectos y aplicaciones con la generación de una nueva cultura en la que los jóvenes son protagonistas, y b) las formas en que los jóvenes creativos producen, difunden y comparten sus obras *online* están en concordancia con sus intereses y necesidades, sus competencias y recursos informáticos.

Para fines analíticos, comparativos y de triangulación, enmarcaremos la reflexión sobre los hábitos y usos de internet relacionando los resultados obtenidos en nuestro trabajo etnográfico con los de la encuesta aplicada por Nomismæ, S.C. (2012) y con los datos nacionales proporcionados por la Encuesta de Hogares sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información y de la Encuesta Nacional de la Juventud (Imjuve, 2011).

DEMOGRAFÍA DIGITAL Y BRECHAS

En México, el equipamiento y acceso a internet tiene todavía una penetración limitada. Los datos de la Encuesta de Hogares sobre Disponibilidad y Uso de la Tecnología de la Información (abril de 2011) señalan que 42.4 millones de personas son usuarios de una computadora y 37.6 millones poseen condiciones de conexión a la red, y que un poco más de la cuarta parte de la población tiene acceso a la red. No obstante, el mapa demográfico digital de México muestra que contamos con un *bono digital juvenil*, puesto que la población internauta está constituida principalmente por jóvenes urbanitas, educados y conectados. Así, 64.5% son usuarios cuyas edades oscilan entre los 12 y los 34 años, residen en zonas urbanas del Estado de México (14.9%) y del Distrito Federal y su zona metropolitana (11.8%), y 56.7% tiene estudios de bachillerato, licenciatura y posgrado.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Nacional de la Juventud 2010, el panorama de la condición digital de los jóvenes se caracteriza por:

1. Un acceso limitado, en el que sólo 28.5% de los jóvenes mexicanos posee condiciones de conexión a plataformas digitales desde su hogar.
2. Un empleo acotado, en el cuál sólo 69.5% posee las competencias mínimas de uso, acceso y aprovechamiento de recursos de la red.
3. Un acercamiento paulatino y estratificado, en el que sólo 8.6% de los jóvenes tiene una antigüedad superior a los cinco años.

Estas características sociodemográficas y digitales son compartidas, en mayor o menor medida, tanto por nuestra muestra cualitativa —conformada por 20 jóvenes *techsetters*, distribuidos en cinco redes creativas—, como por los 117 jóvenes creadores que integran la muestra de estudio de la encuesta de Nomismæ, S.C. (2012:25).

Sin embargo, cuando comparamos y establecemos tendencias en el uso de las tecnologías de la información, es necesario dimensionar

y acotar las estadísticas proporcionadas por las encuestas nacionales, la encuesta de Nomismæ, S.C. y los datos cualitativos obtenidos a través de la etnografía virtual de las redes creativas de jóvenes. La primera acotación se refiere a que la generación descrita por el estudio de Nomismæ (2012:15-16) refiere exclusivamente a los jóvenes denominados *trendsetters* (véase García Canclini y Urteaga, 2012:15) que efectúan su actividad laboral en el sector cultural, realizando varios trabajos simultáneos y/o trabajando “por proyecto”. Nomismæ los tipifica como artistas visuales, multimedia, escritores independientes, músicos y cineastas jóvenes en relación con su actividad cultural y creativa, por lo que el análisis se establece a partir de porcentajes totales y de las tasas de distribución entre los seis tipos de creadores por uso de la tecnología. En el caso de la exploración etnográfica la diferencia es sustancial. No pudimos tipificar en esas categorías a los jóvenes estudiados en redes debido a que las culturas digitales que ellos conforman cruzan las fronteras de diversos campos y entornos culturales, así como los procesos de sociabilidad, aprendizaje, creación, producción, distribución y consumo, haciendo difusos sus linderos. Por ello habría que reconsiderar la rigidez categorial con la que son tratados hasta el momento y promover la generación de categorías más flexibles. Con base en esta explicación, nuestras comparaciones y reflexiones se harán en función de las tendencias generales y, en tanto sea pertinente, se analizarán casos paradigmáticos.

Las cinco redes estudiadas son: “promotoría y gestión cultural”, “artistas creativos visuales multidisciplinarios y emprendedores-empresarios”, “generación de la Escuela Cedart ‘Luis Spota Saavedra’ 1997-2002”, “animación, editorial digital y joyería” y “cazatendencias y espacios de promoción”.

Los datos obtenidos etnográficamente muestran que 100% de los jóvenes de las redes creativas tiene 100% de acceso a internet. Esto los coloca por encima del ciudadano promedio, tanto a nivel nacional (64.5%) como en el Distrito Federal (42.3%), y con una leve diferencia del 7 y 10% con los jóvenes artistas visuales, de cine y de música estudiados por Nomismæ, S.C.

Sin embargo, “no todos los jóvenes están conectados”, ni todos participan a través de la red de manera significativa para su desarro-

llo. Sabemos que generalizar las condiciones de conectividad, acceso, adopción y apropiación resulta tan equivocado como hacer caso omiso de la importancia de la penetración de las nuevas plataformas tecnológicas y en red en la cotidianidad de la cultura juvenil. Según la Encuesta Nacional de la Juventud 2010 (Imjuve, 2011), la brecha en conectividad se hace presente también al considerar diferentes regiones. Por ejemplo, en la Ciudad de México, donde llevamos a cabo nuestro estudio, 42.3% (39.2% en el Censo de Población 2010, INEGI) manifiesta tener internet en casa, cuestión altamente contrastante con lo reportado en estados con un alto grado de rezago, como Oaxaca y Chiapas, donde sólo 12.8 y 8.2% de los encuestados reportó tener acceso a la red. La única tecnología donde América Latina y México muestran una “convergencia robusta” es la tecnología móvil. Según los datos del Banco Interamericano —en voz de Flora Montealegre (Avilés y Poy, 2011)—, América Latina logró reducir el rezago de un valor cercano a los 180 años, en 1998, a nueve años en 2008. En contraste, el tiempo requerido para que América Latina alcance a las naciones de la OCDE en el acceso a computadoras aumentó de 130 a 142 años y el atraso en banda ancha fija llega a 50 años.

Es posible complementar el estudio de Nomismæ, S.C., cuyo cuestionario le sirvió para identificar y distinguir el acceso a internet entre el grupo de jóvenes creadores, con el trabajo etnográfico que nos permitió observar en campo las diferentes lógicas de uso de la tecnología por los jóvenes. Así, identificamos diversas manifestaciones de las brechas digitales al momento que observamos cómo operaban los jóvenes en medio de condiciones desiguales. Entre los obstáculos, tanto para los *techsetters* conectados como para los hiperconectados, están la infraestructura tecnológica del ancho de banda en el país; la movilidad de la red y sus dificultades para acceder a créditos a fin de equiparse en sus proyectos tecnológicos y, por supuesto, las brechas cognitivas. Empero, los obstáculos observados no han limitado su creatividad, sino que los han retado y motivado a generar nuevas estrategias creativas que superen estas limitantes. He aquí algunos ejemplos:

Maese M, artista plástico escanógrafo: “Fui el último de mis compañeros en tener una computadora en casa y fui el último de mis com-

pañeros en tener un *e-mail*, incluso fui uno de los últimos en tener un escáner". EOG, investigadora: "Los obstáculos tecnológicos no son sólo individuales y de nivel socioeconómico, también son institucionales". En universidades públicas, como la UAM y UNAM, entre muchas otras, a diferencia de la privadas, como el TEC y la Ibero, hay muchas restricciones burocráticas para que los alumnos utilicen libremente YouTube y Facebook para sus trabajos académicos y de investigación. Los alumnos pueden tener libre acceso a estos medios, sólo a petición expresa del profesor y después de haber hecho el trámite ante su departamento de informática. Y de la velocidad de la banda ni dudarle, es lentísima: observamos durante las clases de posgrado de Artes Visuales en San Carlos en la UNAM lo que tardaban en bajar los videos de los trabajos de los alumnos. Eli y Nohemí (treintañeras), miembros del colectivo Pokiantkitsch: "Nunca nos enseñaron nada respecto a las tecnologías ni de internet en la Escuela Nacional de Artesanías de Bellas Artes, todo era artesanal, en el último año de la escuela ya se ponían perros con el trabajo de la compu, pero mientras no, entregábamos los trabajos escolares en una maquina Olivetti". Tania, artista visual y profesora-investigadora: "Hay un abandono en instituciones como el Laboratorio Alameda donde hay una distancia entra la obra visual multimedia que presenta el artista usando todas las tecnología y el Centro al que le fallan todas las cuestiones tecnológicas para que el público que asiste pueda apreciar la obra".

En términos de equipamiento, coincidimos con las tendencias señaladas tanto por el estudio de Nomismæ, S.C. y la encuesta realizada por Dnx [Designit] (Guaderrama y Gómez, 2012) a jóvenes mexicanos y españoles en 2011. Ambos estudios identifican una penetración muy similar en los niveles de equipamiento tecnológico, observándose que al menos entre siete y ocho de cada diez entrevistados posee una computadora portátil o de escritorio y algún dispositivo de comunicación portátil. Sin embargo, el estudio etnográfico estableció una distinción cualitativa al tipificar y describir a los jóvenes conectados (entre cuatro horas y todo el día, divididos entre tiempos laborales) e hiperconectados (todo el día), que se caracterizan por el uso intensivo de las TIC, manifestado por el nivel de posesión e importancia que

le dan al equipo y al *software*²—libre y comercial— (desde básico hasta especializado, sofisticado y suntuario, como serían las tabletas, lectores electrónicos, dispositivos MP3 o reproductores portátiles de video), la frecuencia y tiempo de conexión a la red y al teléfono celular, así como por las actividades que realizan *on-line* y *off-line*.

REDES SOCIALES, COMUNIDADES ESPECIALES Y... EL MERCADO

¿En qué sentido el ciberespacio prolonga y complementa el mundo físico? Reingold (1996) observa que en la actualidad los jóvenes habitan el ciberespacio como ámbito privado, permitiéndoles agregarse socialmente como comunidades virtuales.

Los datos cualitativos muestran que para los jóvenes *trendsetters* las redes sociales se han vuelto significativas en su búsqueda de empleo; para insertarse en nichos de creatividad y sociabilidad; para agruparse en torno a proyectos; para construir y aplicar nuevas y distintivas culturas de aprendizaje; para usos no convencionales de capitales educativos, culturales y tecnológicos, que les dan competencias distintivas a las previstas en el orden social (Ortega Gutiérrez, 2011:126). Estas redes les han permitido a los jóvenes que se inician como creativos artistas, gestores culturales y emprendedores y empresarios posicionarse y abrirse paso, cuando por motivos diversos, no han podido acceder a las instituciones o empresas para presentar sus obras.

Un ejemplo significativo del uso de la red es el de una de nuestras entrevistadas, Mariana (arquitecta). Logró un financiamiento colectivo o *crowdfunding* a través de la plataforma Ideame-Ciel Transforma,

² Mac y MacBook Pro se encuentran entre las más mencionadas, así como PC, cámaras fotográficas y de videos profesionales, impresoras, discos duros, tabletas y lectores digitales, escáneres, teléfonos celulares y Smartphone, Blackberry, Ipods, proyectores, lavalier y *software* como Office, Photoshop, In Design, Illustrator, Adobe PDF, programas para la edición de video y audio, programas para spam electrónico, Arquicad, AutoCad, Maya, Lightroom, Suite Final Cut, Tridimax, Rhino, Progresivem Render, 3D, Tumbun, Acrobat, SQL, THT, Protocols Sketch Up, Motion Graphics, Studio Max, Realidad Aumentada, Código QR y *software* libre para animación y video.

para financiar el proyecto "Cultura Trash" desarrollado por ella y tres amigas (el proyecto se puede consultar en <<http://staging.ideame.com.ar/proyecto/184/bannerbag>>).

Alma (gestora cultural). Usa intensivamente las tecnologías y las redes sociales. Desde 2006 se inicia con MySpace para la promoción y creación de negocios y el fortalecimiento de redes sociales y para desarrollar estrategias de visibilidad y posicionamiento para cualquier tipo de proyecto.

Los datos de la encuesta de Nomismæ, S.C. (2012:81-82) complementan y enriquecen los datos cualitativos al medir el gran impacto del ciberespacio en el comercio de los contenidos culturales y en el intercambio de contenidos e información. Independientemente de las posibilidades de comerciar con la obra, Nomismæ señala que estas plataformas son de utilidad para que los artistas y productores culturales accedan a las redes de creadores y enriquezcan sus procesos creativos por medio de la interacción.

Nuestro trabajo de campo nos permitió coincidir con las observaciones de Nomismæ y otros estudios (Mitofsky, 2011; Milward, 2011), que las cinco redes sociales más populares y con mayor penetración entre los jóvenes creadores son las mismas a las que se adscriben la generalidad de la población juvenil. Ellas les permiten, a los jóvenes llevar a cabo diversas prácticas y actividades sociales como las ya señaladas. Encontramos, en primer lugar, a Facebook, seguido por Twitter, YouTube, Blogs y LinkedIn (red laboral). No obstante, observamos (Nomismæ, 2012; Guaderrama y Gómez, 2012) el desdibujamiento de las esferas personal-íntima y pública-profesional-política, entre otras, como una de las consecuencias de las prácticas de ciertos grupos en la red. Se puede sostener que el énfasis en el uso de algún tipo de redes dependerá de los temas e intereses y necesidades profesionales, como también de su nivel de conectividad y de las competencias digitales adquiridas. Como ejemplos de estas redes tenemos el caso de los blogs (Blogger, Wordpress y Tumblr), y otras redes como Carbonmade, Flickr, Fotolog, Instagram, Pinterest, DeviantArt, Artelista, Artportafolio, Libro de Artista, Open Processing, Foro Alfa, Campus Movie Fest.

En conclusión, los resultados obtenidos revelan que los jóvenes creadores experimentan diversas formas y estilos de vida e innovaciones que llevan al desarrollo de organizaciones bajo un modelo de red. La etnografía observa que la red funciona como modelo de agregación, de asociación y contagio creativo estético, alrededor de proyectos de emprendizaje (de carácter creativo y/o empresarial) y multidisciplinarios (creativos y/o artísticos funcionales). Sin embargo, la base de estas redes sigue siendo la sociabilidad entre pares y sus espacios físicos y virtuales que los retroalimenta creativamente (Ortega Gutiérrez, 2012; Guaderrama y Gómez, 2012; Rheingold, 1996).

PERCEPCIÓN DE SU FUTURO

Nuestros jóvenes mexicanos no pueden ser caracterizados de ninguna manera como jóvenes desencantados. Para vivir un proceso de desencantamiento hace falta antes haberse encantado por algo: haber construido de manera reflexiva un proyecto de vida, de nación o de humanidad. Esto es algo que, al parecer, nuestras últimas generaciones no han construido y seguramente seguirán sin construir en las décadas siguientes.

Encuesta Nacional de la Juventud 2005

Al reflexionar sobre las respuestas que nos ofrecen los jóvenes creadores y *techsetters* en relación con su perspectiva del futuro, habría que considerar lo que José Manuel Valenzuela identifica como "el empobrecimiento de las perspectivas desde las cuales se definen los proyectos de vida de los jóvenes [que] se conforma en la manera como se piensan los principales problemas del país" (2009:150). La mayoría de los jóvenes, señala Valenzuela, considera que las dificultades económicas originan los problemas más graves de México y lo expresan a través de tres hechos: pobreza (62%), desempleo (12%), seguido por la corrupción. Esta situación ofrece un panorama difícil y, sin embargo, los jóvenes responden de manera aparentemente contradictoria: más de la mi-

tad valora la situación socioeconómica como regular, 32% la considera buena y 4% como muy buena; mientras 7% la considera como mala y muy mala. Ante esta aparente contradicción, destaca Valenzuela que “no debemos olvidar que estamos hablando de los jóvenes de las crisis continuas, una crisis que se instaló en nuestro país hace más de tres décadas” (2009:150). Ellos crecieron en un marco de fuerte deterioro de los salarios reales y de polarización de los ingresos, por lo que sus parámetros de referencia no se encuentran vinculados con un “antes” próspero, sino con el incremento de los niveles de vida y la retórica del incremento de los niveles y generación de empleo; para ellos el “aquí y el ahora” cotidianos se han conformado con la posposición de muchos de sus proyectos.

PENSAR EN EL FUTURO... ES MEJOR NO PENSAR Y VIVIR EL PRESENTE INCIERTO PRAGMÁTICAMENTE

Al ser cuestionados sobre su visión del futuro, los jóvenes entrevistados llamaron nuestra atención por su pragmatismo y optimismo. La mayoría de sus respuestas se enfocan en su presente y su futuro, lo centran principalmente en sus esfuerzos individuales y en la apuesta en el éxito de sus proyectos creativos y de sus esfuerzos personales; ésta es su certidumbre:

Alma: “A corto plazo ya me veo con mi título de la licenciatura y esto va de la mano de que mi asesor me va a apoyar para entrar inmediatamente a la maestría, me veo siguiendo trabajando profesionalmente, cuestiones de chamba y demás, ya me veo también con mi proyecto”.

Berenice: “Es tener como una galería y aparte seguir manteniendo el estudio y como mi firma, prácticamente más que nada eso, Incubadora Visual, es tener un centro cultural como tal ¿no?, la idea es abrir otra o dos tiendas más y tener un centro cultural”.

Sólo uno de los jóvenes artistas visuales, Isaac, presentó abiertamente un panorama oscuro en relación con el presente: “para mí el presente está jodido, o sea, está jodido el asunto, como el país está jodido, el trabajo está jodido, las expectativas están jodidas, las rela-

ciones de poder están cada día más jodidas, porque son más brutales, como todo”.

Mariana: “Hablar de prestaciones sociales, de seguro médico y del retiro sólo es en los momentos en que mis amigos y yo ‘nos malviamos’ y generalmente este tema brota cuando alguno de ellos tiene problemas con sus jefes, en su trabajo”.

Éstos son sólo algunos relatos de los jóvenes. La etnografía nos muestra que su optimismo es a corto y mediano plazo. Esta misma percepción ha sido captada por los resultados de la Encuesta de Ahorro y Futuro, “¿Cómo piensan los estudiantes universitarios?”, aplicada por la Asociación Mexicana de Afores, en donde se revela que sólo la mitad de los jóvenes universitarios ha escuchado hablar de las Afores y sólo cuatro de cada diez jóvenes piensa en el retiro laboral. Los resultados de la encuesta de Nomismæ, S.C. coinciden con estas percepciones en la perspectiva del futuro de los jóvenes: 59% de los entrevistados se dijeron optimistas ante el futuro. Únicamente 13% de ellos mencionó percibir un panorama oscuro y estar preocupado por lo que viene. ¿Cómo podemos explicar esta visión optimista de los jóvenes en un contexto de crisis económica internacional y nacional? En parte, porque en ambos estudios, tanto en el etnográfico (salvo dos o tres casos que se ubicarían en nivel C+) como en el cuantitativo, la población estudiada está inserta en sectores de los niveles socioeconómicos AB, C y D. La encuesta de Nomismæ, S.C. reveló que 33% de los artistas encuestados pertenece al nivel AB —que representa sólo 5% de la población—, siguen los niveles C, con 64%, y el D+ con 3%. Los resultados de la encuesta no registraron artistas en los grupos que representan a la población más desprotegida y sin oportunidades, como los niveles D y E. Otro factor que podría estar influyendo en la respuesta optimista es que estos jóvenes artistas reciben algunos tipos de apoyo económico, de seguridad social o de vivienda, pero también de vínculos sociales y emocionales de su familia y/o del barrio. Los resultados de Nomismæ y de la etnografía revelan que 55% de los creadores reciben estos tipos de apoyo.

Otros factores podrían estar más relacionados con la condición juvenil contemporánea, la de posponer decisiones relacionadas con for-

mar una familia y priorizar sus proyectos personales. Las anteriores condiciones influirían en la visión positiva a corto plazo, más que en una visión pesimista ante la incertidumbre de un futuro del que prefieren evitar hablar. Es así que entre los jóvenes mexicanos “72% se considera muy feliz a pesar de su situación, de los diversos discursos asumidos por algunos movimientos juveniles y posmodernos, sobre el desencanto, la ausencia de futuro y las perspectivas apocalípticas” (Valenzuela, 2009:151).

CONCLUSIONES

El presente análisis, construido en diálogo con los resultados del estudio de Nomismæ, S.C. y otros trabajos relacionados con el tema nos ha permitido una reflexión en torno a las complejas condiciones laborales y expectativas de los jóvenes creadores. Al contrastarlo con los resultados de nuestro estudio sobre las culturas digitales de los jóvenes *techsetters* y sus redes creativas, observamos que este sector poblacional comparte características con el grupo privilegiado de la juventud digital, “urbanitas, clasemedios, educados en los campos de las industrias creativas, conectados y que residen en la zona urbana del Distrito Federal y del Estado de México”. No obstante, a pesar de su distinción, los jóvenes creadores comparten también los problemas estructurales que vive cotidianamente la población juvenil mexicana: falta de oportunidades educativas y de especialización, carencia de apoyos institucionales para sus proyectos, explotación y autoexplotación laboral, desempleo y precarización laboral, manifestada en contratos por proyecto de baja duración, trabajo sin contratos, bajos salarios y falta de seguridad social.

Sin embargo, y coincidiendo con las conclusiones de Nomismæ, los jóvenes creadores del Distrito Federal están utilizando sus capitales como recursos para fomentar su creatividad, y a los nuevos medios tecnológicos para resolver la precariedad laboral a la que se enfrenta una buena proporción de los artistas. Los datos cualitativos dan cuenta de que los jóvenes creadores *techsetters* “van más allá”, al participar en la construcción de una cultura digital convergente entre los campos

culturales más tradicionales y otros más novedosos, a partir del surgimiento de la web 2.0 y el crecimiento y uso de las redes sociales. Estos jóvenes participan en esos entornos de producción novedosos “desde su creatividad individual y cultura participativa”, aportando a una cultura de convergencia con elementos provenientes de la cultura empresarial, de las industrias creativas, de las escuelas privadas e incluso de algunas públicas, y de ciertos discursos del Estado a través de sus instituciones culturales. La información de campo revela que estamos en un momento *instituyente* en cuanto a la cultura de la convergencia digital. Ésta se caracteriza por la sobreposición, aún difusa, de elementos culturales provenientes de una cultura de emprendizaje, un “estar conectados”, un uso intensivo de tecnologías convergentes, manejos disímiles de las competencias digitales, “actitudes multitareas, performativas y pragmáticas”, cultura participativa mediática y alta movilidad transversal entre diferentes campos y/o ámbitos culturales.

Los datos presentados permiten concluir que contamos no sólo con un bono demográfico, sino con un bono digital juvenil que nos permitiría una oportunidad extraordinaria de avance en el desarrollo de la sociedad del conocimiento. Sin embargo, si no se revierten las desigualdades económicas y educativas, y se define una política de Estado en telecomunicaciones —internet para todos y banda ancha— que facilite las formas de uso y apropiación de las nuevas tecnologías por parte de los jóvenes, nos estaremos condenando a ser un país sin futuro.

Coincidimos en la observación de Nomismæ, S.C. que para los jóvenes y sus redes creativas el vivir en el Distrito Federal, “la ciudad creativa y de la esperanza”, les ofrece mayores oportunidades, —la contribución de las actividades culturales al PIB del Distrito Federal es de 8.92% en comparación con el 7% nacional— y les posibilita aprovechar las redes, los servicios y oportunidades que ofrecen las industrias creativas, el mercado y las instituciones culturales del Estado, permitiendo que inicien y desarrollen sus carreras y potencialicen la sinergia entre creadores. Pero este centralismo, ¿qué implica en términos de oportunidades de desarrollo para los jóvenes que viven fuera del Distrito Federal, en Tijuana o Puebla, también consideradas ciudades creativas?

En cuanto a las políticas públicas, tanto el estudio de Nomismæ, S.C. como nuestros datos cualitativos, permiten observar que existen amplias posibilidades para detonar el sector cultural y diversos mecanismos para incentivarlo. Sin embargo, éstos no están al alcance de todos los jóvenes debido a factores relacionados con sus condiciones socioeconómicas, capital social y competencias digitales que, hasta el momento, tienden a favorecer y/o legitimar las desigualdades sociales. Por ejemplo, a pesar del conocimiento que tienen los jóvenes sobre la existencia de becas, como las del Fonca, Bancomer, Emprendimiento Cultural de Conaculta, que apoyan la producción cultural, formación académica y difusión, sólo entre dos y tres jóvenes de cada diez las obtienen.

Por último, a pesar de las dificultades y tensiones teórico-metodológicas que implicó realizar una investigación que vinculara y triangulara la experiencia, la subjetividad y la intersubjetividad de los jóvenes con los resultados de la encuesta de Nomismæ, S.C., el diálogo permitió ir construyendo en conjunto un diagnóstico interdisciplinario muy enriquecedor en cuanto a cómo se construye la cultura digital de los jóvenes y su relación con condiciones laborales y económicas muy adversas. Pudimos revelar cómo están involucrados en la producción cultural —desde experiencias novedosas a niveles de participación grupal e individual—, intentando posicionarse en la crisis del mundo laboral, combinando “chambas, chambitas y los apoyos familiares y de barrio” para completar sus ingresos de sobrevivencia y solventar sus proyectos, en el marco de una sociedad estancada y de un Estado que perdió sus capacidades de respuesta y acción, y que sólo retóricamente proclama el papel que tienen las tecnologías de la información, el modelo de emprendimiento y las industrias creativas como pretendida solución a la crisis económica del país.

BIBLIOGRAFÍA

ASOCIACIÓN MEXICANA DE AFORES

2012 *Ahorro y futuro: ¿cómo piensan los estudiantes universitarios?*, México, Asociación Mexicana de Afores/Mide.

AVILÉS, K. y L. POY

- 2011 "A.L. lejos de enfrentar los retos de la sociedad del conocimiento: BID", en *La Jornada en internet*, recuperado el 25 de marzo de 2011, en <[http://: www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)>.

CAMPOS, Roy

- 2011 *Perfil de redes sociales en internet: Facebook y Twitter*, México, Consulta Mitofsky.

DEUZE, M. (2007), "Convergence Culture in the Creative Industries", en *International Journal of Cultural Studies*, vol. 10, núm. 243, DOI: 10.1177/136787790707693.

FERNÁNDEZ-VEGA, Carlos

- 2012 "México S.A.", en *La Jornada en internet*, recuperado el 25 de marzo de 2012, en <<http://: www.jornada.unam.mx>>.

GARCÍA CANCLINI, N. y Maritza URTEAGA CASTRO POZO (coords.)

- 2011 *Informe final sobre "Estrategias y redes culturales de los jóvenes en el marco de la educación y el desarrollo: cultura, espacios y redes creativas digitales"*, México, Organización de Estados Iberoamericanos.

——— y Ernesto PIEDRAS FERIA (2008), *Las industrias culturales en México*, México, Flacso/Siglo XXI.

GUADERRAMA, M. y J.I. GÓMEZ

- 2012 "Prácticas digitales en España y México: un cuestionario online", en Néstor García Canclini, Francisco Cruces y Maritza Urteaga Castro Pozo (coords.), *Jóvenes, cultura urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*, Madrid, Fundación Telefónica/Ariel/UAM.

HOLMES, B.

- 2001 *La personalidad flexible*, recuperado en diciembre de 2011, en <<http://eipc.net/transversal/1106/Holmes.es>>.

INSTITUTO MEXICANO DE LA JUVENTUD (Imjuve)

- 2011 *Jóvenes mexicanos: Encuesta Nacional de la Juventud 2010*, México, Imjuve.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)

- 2011 *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de la Tecnología de la Información en los Hogares*, recuperado el 20 de octubre de 2012.

MILWARD BROWN MÉXICO

- 2010 *Módulo dispositivos móviles*, recuperado el 7 de mayo de 2011, en <<http://www.iabmexico.com>>.

NOMISMAE, S.C.

- 2012 *Estrategias creativas para el desarrollo*, México, Fonca.

ORTEGA GUTIÉRREZ, E.

- 2011 "Cultura, espacio y redes creativas digitales", en N. García Canclini, M. Urteaga Castro Pozo (coords.), *Informe final sobre estrategias y redes culturales de los jóvenes en el marco de la educación y el desarrollo: cultura, espacios y redes creativas digitales*, Organización de Estados Iberoamericanos.

- 2012 "Aprendices, emprendedores y empresarios", en Néstor García Canclini, Francisco Cruces y Maritza Urteaga Castro Pozo (coords.), *Jóvenes y culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música*, Madrid, Fundación Telefónica/Ariel/ UAM.

REINGOLD, H.

- 1996 *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*, Barcelona, Gedisa.

ROWAN, J.

- 2010 *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones en la empresarialidad cultural*, Madrid, Traficantes de Sueños.

RUIZ OLABUÉNAGA, J.I.

- 1999 *Metodología de la investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto.

VALENZUELA ARCE, J.M.

- 2009 *El futuro ya fue. Socioantropología de l@s jóvenes en la modernidad*, México, Colef/Juan Pablos.



Jóvenes creativos. Una lectura desde la equidad de género

Iliria Hernández Unzueta

INTRODUCCIÓN

Este texto forma parte de la investigación sobre "Jóvenes creativos" que se inició hace más de dos años, conducida por Néstor García Canclini¹ y realizada por un numeroso equipo multidisciplinario. El trabajo, hasta ahora, se ha desarrollado utilizando dos énfasis metodológicos. La primera fase de la investigación se abocó a un extenso trabajo de campo, hecho con metodología cualitativa; la segunda incluyó, además, la búsqueda de referencias cuantitativas que ampliaran y complejizaran los primeros descubrimientos. Las siguientes páginas, al igual que algunos otros capítulos en este libro, tienen la intención de tender puentes entre ambos modos de indagación. Sin embargo, este texto también suma el elemento "género" a la información hasta ahora producida por ambos enfoques metodológicos investigativos. Si bien los cuestionamientos sobre dicho tema han aparecido constantemente, tanto en los hallazgos cualitativos como cuantitativos, no habíamos incorporado una lectura desde este ángulo.

Con este trabajo se pretende establecer un diálogo que cruce la información de la investigación misma. Es una primera exploración, en respuesta a la demanda de incluir la perspectiva de género, surgida a partir de los datos mismos. En un primer momento se pensó abordar esta cuestión con una nueva visita a campo; no obstante, la información que ya ha reunido el equipo es tan vasta que se consideró convenient-

¹ En sus diferentes etapas, esta investigación también ha contado con Maritza Urteaga Castro Pozo y Francisco Cruces como co-coordinadores.

te revisarla, ahora, bajo una perspectiva que incluyera nociones sobre equidad y género. De tal manera que, aunque se llevaron a cabo entrevistas² e investigaciones bibliográfica y documental específicas en el tema, las gráficas y entrevistas provienen, en su mayoría, del *corpus* generado por el equipo de investigadores, en particular del trabajo cualitativo de Verónica Gerber y Carla Pinochet, quienes se hicieron cargo del área de artes visuales, y de la información estadística general obtenida por Ernesto Piedras y su equipo en Nomismæ, S.C. a partir de la encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012.

Por dos razones se decidió hacer hincapié en la información cualitativa del equipo de artes visuales y no de otra actividad artística: la primera es que, según los resultados del estudio cuantitativo, esta actividad destacó porcentualmente en participantes, respecto a la música, el cine, la producción multimedia y la actividad editorial. La segunda es que el equipo compartía cierta impresión de que las mujeres jóvenes con quienes trabajamos han ganado terreno y ocupado mejores posiciones que sus predecesoras sobre todo en las artes visuales. Por supuesto, nos gustaría que en etapas posteriores este análisis incluyera también información cualitativa del resto de los nichos creativos.

JÓVENES CREATIVOS Y EQUIDAD DE GÉNERO

La investigación sobre jóvenes creativos tuvo como motor responder a la pregunta de si la llamada “emprendeduría” era la solución proclamada ante la crisis de empleo que hoy día viven los jóvenes. Al tratar con nuevas formas de interacción socioeconómica, el equipo de trabajo se vio empujado a entender las dinámicas actuales con una mirada fresca que pudiera explicar el trazo complejo de las sociedades contemporáneas, discutiendo con paradigmas de la investigación social que de pronto, ante sociedades en permanente cambio, han perdido parte de su capacidad explicativa. Francisco Cruces señala en el prólogo al libro *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emer-*

² Este texto debe especial agradecimiento a Mónica Mayer, por compartir con nosotros su experiencia y puntos de vista.

gentes en las artes, las editoriales y la música, que nuestro trabajo apunta a la intersección de tres ejes:

Por una parte, se trata de una eclosión del discurso de la novedad —sobre la forma de producir cultura y la relación entre economía y cultura. Con esto converge una segunda problemática que has señalado claramente en tu texto: la del vaciamiento de los grandes relatos, los paradigmas societales —es la idea de la sociedad sin relato.³ A todo esto se añade una tercera preocupación, que es la angustia contemporánea respecto a los jóvenes por la crisis del trabajo. Pienso que el resultado final de este estudio responde de algún modo a un entrecruzamiento de esas tres preguntas.

Los jóvenes creativos a quienes alude este libro demostraron ser, a lo largo de la investigación, un objeto de estudio móvil que elude las categorizaciones rígidas; ellos mismos se definen y actúan flexiblemente, pero metodológicamente correspondieron a quienes se ubicaban etariamente en un rango entre los 18 a los 35 años, y fueron seleccionados

[...] mediante la técnica de bola de nieve [la cual definió] conjuntos amplios de actores de las artes visuales, las editoriales independientes y las prácticas musicales y digitales en la ciudad de México, identificados como protagonistas por los participantes en esos campos. Realizamos entrevistas en profundidad y observaciones etnográficas de sus lugares de actuación (talleres, escuelas, festivales, ferias, espectáculos) a fin de conocer sus autodescripciones, qué entienden por creatividad e innovación, los nuevos tipos de trabajo y modelos de negocio, las redes en que se inscriben o que inventan, sus modos de posicionarse ante la industria cultural y frente a las generaciones anteriores (García Canclini, Cruces y Castro Pozo, 2012:6).

Es respecto a estos jóvenes creativos, quienes se encuentran desarrollando su trabajo en alguna de las actividades artísticas audiovi-

³ Se refiere al libro de Néstor García Canclini, *La sociedad sin relato*.

suales mencionadas en la investigación, que nos preguntamos sobre el género y la equidad, construyendo el siguiente ensayo diagnóstico.

En la actualidad, las discusiones con respecto al género, la sexualidad, el cuerpo y la identidad han evolucionado vertiginosamente con la aparición de cuestionamientos constantes que la juventud y otros actores hacen de temas como los roles asignados por género, la denominada división sexual del trabajo, la sociedad sin relato, las identidades de género, las modificaciones o transformaciones corporales y las preferencias sexuales. Reflexionar sobre cualquiera de estos asuntos hubiera resultado interesante para esta exploración. Sin embargo, la primera dificultad con que tropezamos al tratar de dar a nuestros datos una lectura desde el género fue que la información estadística más básica respecto a las cuotas de hombres y mujeres en las industrias culturales son inexistentes o inaccesibles. Por ello nos pareció que una tarea fundamental era generar un primer sondeo diagnóstico que nos indicara si existían diferencias, y cuáles eran, entre ser una mujer joven artista creativa y ser un joven creativo.

De inicio nos resultó de sumo interés que ciertos comportamientos, que habitualmente se observan respecto de la equidad de género en las actividades económicas de la población mexicana general, parecen también presentarse o mantenerse entre los jóvenes creativos. Las posiciones de visibilidad y la remuneración, entre otros indicadores arrojados por la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, realizada por Nomismæ, S.C., indican que existen ciertas diferencias entre hombres y mujeres que no correspondían del todo con nuestro primer esbozo hipotético de las circunstancias de equidad entre las mujeres y los hombres en esta generación de jóvenes creativos.

Si bien la mayoría de los indicadores tienden a mostrar porcentajes similares entre hombres y mujeres, algunos mostraron ciertas diferencias. En ambos casos —disímiles o símiles— consideramos pertinente apuntar la lectura que de los datos estadísticos hacemos, pues ambos resultados son importantes para entender las interacciones complejas que estas y estos jóvenes tienen entre sí y el papel de las instituciones frente a la búsqueda de la equidad de género. Este trabajo explora las relaciones de equidad y no otros modos analíticos de pensar en el

género, porque consideramos que este enfoque provee una base amplia y flexible que posibilita el diálogo entre diferentes lugares y épocas (por ejemplo comparando nuestros datos con las realidades en otros países o las mismas variables en otros años). Para el propósito de este trabajo nos limitaremos a las dos identidades en que tradicionalmente las instituciones clasifican a la especie humana —hombres y mujeres—; sin embargo, no ignoramos el intenso debate que ha tenido lugar en la última década y lo que las nuevas identidades vinculadas con las diversas opciones sexuales han traído a los estudios de género.

Definiremos género como una construcción cultural que alude a la diferenciación de caracteres sexuales primarios y secundarios, clasificando a las personas en “hombres” y “mujeres”, asignándoles ciertas características y valores —morales, físicos e intelectuales— que aparecen como “intrínsecos” a la naturaleza de esos sujetos. La encuesta en la que están basados los resultados estadísticos que aquí se presentan solicitaba a quienes la respondían definir cuál era su género marcando la casilla que correspondía a masculino o femenino, del mismo modo que lo hacen habitualmente las instituciones. Estamos seguros que los nichos de jóvenes creativos tienen mucho que aportar a la discusión respecto de cómo se construye el género; sin embargo, esta primera aproximación decidió no abordar ese aspecto, aunque es sin duda una interesante veta para investigaciones futuras.

¿CUÁNTAS, CUÁNTOS Y DÓNDE LOS CUENTAS?

Este texto habla de equidad de género porque busca reconocer las diferencias que existen entre hombres y mujeres, postulando que estas diferencias histórico-culturales deben conocerse a fondo para proponer estrategias que conduzcan a iguales oportunidades de desempeño y acceso a los recursos para cualquier persona sin distinción de su género. Podemos decir que hablar de equidad de género en las actividades artísticas, en este momento, resulta muy complejo, pues no pudimos encontrar o acceder (si es que existe) a la información estadística que muestre, por ejemplo, cuántos hombres y cuántas mujeres reciben

becas por su actividad cultural, o estadísticas anteriores de quiénes se dedican a las artes, su inserción y desempeño en el mercado laboral.

Como ya fue señalado por el equipo de Ernesto Piedras en este mismo libro,

[...] realizar un acercamiento económico al comportamiento de los consumidores productores de arte jóvenes [es de suma importancia], ya que ellos juegan un papel fundamental en el mercado cultural. Dichos jóvenes han adquirido nuevas prácticas tecnológicas y de organización que ha permitido que los accesos a oportunidades se amplíen [...].

Pero ¿qué podemos decir de esta apertura con respecto a la equidad entre hombres y mujeres jóvenes? “Por medio de este acercamiento se buscó cubrir un vacío de información que existe en nuestro país ya que la estadística y cuantificación cultural es un ejercicio reciente [...]” (véase el primer capítulo de este volumen) y todavía no existen estadísticas específicas que den cuenta de las realidades que este estudio encara.

Las tendencias nacionales con respecto a la inserción de las mujeres en los ámbitos laborales han cambiado rápidamente en los últimos cuarenta años. Según la información del Instituto Nacional de las Mujeres

[...] México ha atestiguado un incremento sustantivo de la participación de las mujeres en el trabajo remunerado: a fines de los años setenta la tasa de participación femenina era de 17.6%; para 1996, en la etapa posterior a la crisis experimentada por el país esta participación ascendía a 36.5%, y desde entonces ha continuado incrementándose en forma sostenida situándose para 2007 en 41.4% (Inmujeres, 2008:4).

Para evaluar si existe o no equidad importa indagar sobre la realidad laboral de hombres y mujeres, pues es mediante el trabajo remunerado como usualmente las personas adquieren capacidad y autonomía económica, definiendo así su estatus y calidad de vida.

El Distrito Federal, según las cifras del Censo de Población y Vivienda 2010, tiene una población de 8 851 080 habitantes, de los cuales

52% son mujeres y 48% son hombres. De este total, la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI) indica que para el segundo trimestre de 2012 hay en el Distrito Federal 4 138 589 personas "ocupadas". Las estadísticas clasifican a la población en económicamente inactiva (PEI) y activa (PEA), esta última se divide en ocupada y desocupada. La población ocupada se define como aquella que se encuentra laborando con o sin pago.

En el Distrito Federal según los datos obtenidos por Nomismæ, S.C., la distribución de género entre la población ocupada es de 44% de hombres y 56% de mujeres. Vale la pena, sin embargo, matizar la información de estos números pues

[...] En la actualidad, 10.4% de las mujeres que trabajan lo hacen sin recibir pago alguno por su trabajo, en comparación con sólo 5% de los hombres en esta situación. Usualmente las trabajadoras no remuneradas desempeñan su trabajo en negocios que son propiedad del hogar (Inmujeres, 2008:4).

Así que un mayor porcentaje de mujeres ocupadas no indica que perciban un pago. En relación con la estadística nacional, el Inmujeres ha encontrado que

[...] La proporción más grande de trabajadoras no remuneradas está en el comercio y restaurantes, con 56%, a diferencia de los varones, quienes se concentran en el sector agropecuario con 60.6% (Inmujeres, 2008:4).

Si tomamos en cuenta que la actividad económica por excelencia en el Distrito Federal es la prestación de servicios, podemos inferir que una parte importante de la población femenina ocupada lo hace sin recibir un pago.

Entre los jóvenes creativos, según la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, 70% son hombres y 30% son mujeres. Esos números, en comparación con la estadística nacional y local, indican una diferencia porcentual importante que nos llevó a pensar que la hipótesis preliminar, que las mujeres jóvenes cuentan con mayor

presencia ahora que en generaciones anteriores, tal vez no era del todo exacta; sin embargo, no existe aún una sistematización estadística que nos permita evaluar comparativamente esta información. David Throsby, en su libro *Do you Really Expect to Get Paid?*, es un estudio económico de los artistas profesionales en Australia, señala que en aquel país los porcentajes entre hombres y mujeres artistas es similar: 55% hombres, 45% mujeres (Throsby y Zednik, 2010: 7). Y aunque esta cifra incluye a todos los artistas y no sólo a quienes se ubican entre los 18 y 35 años, es posible que aunque hubiera mujeres que no se integraron al campo artístico antes de los 35 años, y que lo hicieron después, esto no modificaría la tendencia observada por Nomismæ, S.C. de una mayoría masculina entre los que se autodenominan artistas.

Para recibir esta proporción se revisaron los catálogos en línea de las galerías que fueron mencionadas con mayor frecuencia en las entrevistas. También se llevó a cabo una comprobación en campo, donde las entrevistadas coinciden en que la presencia masculina en las artes es predominante. Al revisar la lista de artistas en las tres galerías más mencionadas por las y los jóvenes artistas en las entrevistas encontramos que los porcentajes entre hombres y mujeres fueron significativamente más bajos para las segundas, lo cual respalda las proporciones encontradas en la encuesta; sin embargo, para asegurar que ésta es una tendencia deberían tomarse en cuenta las galerías que no fueron mencionadas en las entrevistas y dar a esa información un seguimiento por algunos meses o años, usando sólo galerías que exponen arte joven.

Por otro lado, en la percepción de las jóvenes entrevistadas son más comunes las exposiciones individuales masculinas que femeninas. En

CUADRO 1

	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
Galería 1	15%	85%
Galería 2	22%	78%
Galería 3	18%	82%

FUENTE: elaboración propia, con información de las páginas web de las galerías Kurimanzuto, Yautepec y Labor.

una investigación a largo plazo esto podría corroborarse dando un seguimiento anual a las programaciones de museos y otros espacios de exhibición que abran sus puertas a los jóvenes creativos. Aunque efectivamente estas jóvenes creativas entrevistadas advierten cierto sesgo masculino dentro del arte contemporáneo en México, no necesariamente aluden a una falta de equidad entre hombres y mujeres; algunas de ellas lo enuncian así, pero otras no perciben que su condición de género afecta sus interacciones en el ámbito. Sobre esta diferencia de percepción volveremos más adelante, por ahora vale entonces preguntarnos: ¿qué tipo de roles juegan los jóvenes creativos, hombres y mujeres, en las artes?

La hipótesis inicial de que hay más mujeres involucradas en las artes visuales puede repensarse desde un ángulo diferente, pues aunque podemos decir que hay una mayoría masculina exponiendo individualmente en galerías y museos, esos mismos museos, las escuelas, las fundaciones o el Conaculta, se encuentran operados en su mayoría por mujeres, en cargos de todas las categorías, realizando labores como dirección, enseñanza, vinculación académica, gestión y administración, entre otras áreas. Revisando el directorio de algunos de los museos más citados durante las entrevistas se observa que las mujeres ocupan cargos de dirección, curadurías en jefe, jefas o coordinadoras de departamentos en una mayor proporción que los hombres.

Entrevistadora: ¿Cómo sientes este ambiente que si tiene algo de masculino? Artista: Lo ves en concursos o en las becas, siempre son hombres y de repente una que otra chica pero siento que estamos pasando ya eso. Yo ahorita me estoy llevando mucho con [...], muchas artistas que tampoco hacen arte femenino, no están dentro de la cosa del género y les va súper bien, si aplican a una beca se las dan. (X) también, le ha ido increíble y se me hace como un pretexto el echarle la culpa. Si hay mucho machismo en todos lados, como abogada o tal, pero creo que no podría ser un pretexto, en mi disciplina de gráfica en el Fonca somos cuatro chicas y dos chicos. Creo que va cambiando la cosa y sin necesidad de estar, citaba esto de lo feminista porque sí sí hacían una expo del feminismo iban a invitar a un montón de mujeres en la página del museo de mujeres, pero pues no sé todas estas chicas de las

que te hablo no están con el rollo femenino, han trabajado otras cosas y les está yendo muy bien.

La cuestión de la disparidad numérica que se observa entre hombres y mujeres en la encuesta debe complejizarse más allá de este texto cuyo alcance es únicamente diagnóstico; es necesario producir más datos estadísticos de respaldo para conocer profundamente la situación en los diferentes nichos creativos, así como seguir en el tiempo algunas trayectorias personales de los que hoy son jóvenes artistas. Sin embargo, y considerando sólo la información de la encuesta, las entrevistas y la indagación documental que hasta ahora tenemos, nos gustaría reflexionar y enunciar algunas preguntas con respecto a la diferencia porcentual entre hombres y mujeres, antes de incorporar nueva información estadística.

Hay que resaltar que para un o una artista, la visibilidad es un elemento fundamental que se entiende vinculado a la esfera pública; implica el reconocimiento de su obra artística, y es de esperar también que incremente la cotización de la misma generándole ciertas ganancias económicas. ¿Qué retos enfrentan desde su condición de género las y los artistas? ¿Cuál es el costo de la visibilidad para ambos? ¿Cuál puede ser la utilidad de una reflexión con respecto a las interacciones de género al interior de las diferentes actividades artísticas? ¿Qué podemos decir acerca de que existe cierta prolongación de los roles de género "tradicionales" al interior del nicho de las artes visuales? ¿Cómo perciben las jóvenes artistas las cuestiones de género? ¿Hay reflexiones entre los artistas con respecto a la masculinidad? Es justo advertir que el objetivo de este texto no es responder a tales preguntas sino generarlas, esbozando un campo problemático mediante el diálogo de los hallazgos cuantitativos y cualitativos de la investigación:

[...] tiene que ver con cómo desde una posición muy convencional la mujer se sigue haciendo cargo de las labores administrativas, ya no eres administración del hogar porque las necesidades económicas se han desplazado en estas generaciones, es de la administración institucional, pero que es, como una especie de administrar la casa y el hombre es el que tiene el lugar para hablar, para producir la obra y

quien administra la infraestructura son mujeres. Entonces, en el Carrillo Gil puras mujeres, ahora que estoy colaborando en el MUAC son básicamente mujeres. He estado colaborando en Nueva York son puras mujeres, un hombre que es gay. En los talleres que he estado yendo de profesionalización para curaduría y arte contemporáneo que son talleres internacionales [...] somos puras mujeres, y lo que es relevante, creo, es que no se discute como una problemática.

Analizar estadísticamente la proporción entre hombres y mujeres posibilita el surgimiento de preguntas complejas relacionadas con regímenes de visibilidad, procesos subjetivos en la conformación de las identidades y, por supuesto, las percepciones contemporáneas de la equidad, en esta generación de mujeres y hombres que han nacido con los beneficios tangibles de las luchas feministas.

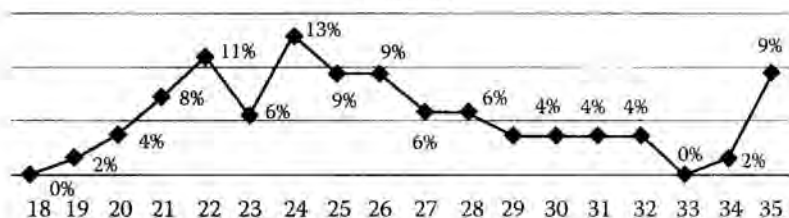
EDAD, REPRODUCCIÓN Y GÉNERO

La Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012 encontró que “los productores de obra se concentran principalmente en edades jóvenes” (véase el primer capítulo de este volumen). Y explica que ese alto índice de productores entre los 23 y los 30 años, puede deberse a que ese momento vital en la actividad artística se caracteriza por la búsqueda de insertarse en el mercado. Un proceso que decanta las generaciones de artistas, “consagrando” a algunos y dirigiendo a otros a sectores vinculados con la actividad artística pero no hacia la producción de obra. Al desagregar los datos de la encuesta por género podemos observar ligeras diferencias, sobre las que vale la pena detenerse. Las gráficas 1 y 2 indican la composición etaria de la muestra. Contiguo a cada línea aparece el porcentaje que cada edad representa en la muestra total, indicando la frecuencia de respuestas que se recibieron por cada año desde los 18 hasta los 35.

En la muestra hay más artistas mujeres de 24 años que de cualquier otra edad. Los hombres presentan un comportamiento muy similar siendo la mayoría de 25 años. Las edades de los varones presentan continuos puntos altos y bajos en la gráfica 2 hasta los 30 años, donde la

GRÁFICA 1
TIPO DE CONSUMO DE CONTENIDOS EN SITIOS Y BLOGS

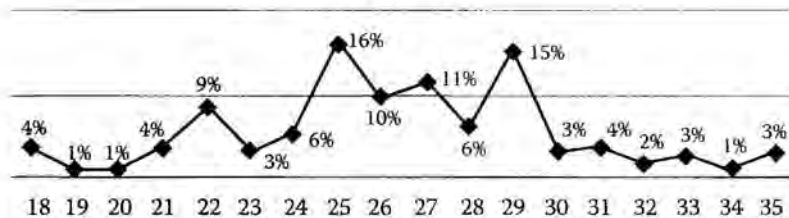
Femenino



FUENTE: elaboración propia, con información de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

GRÁFICA 2
TIPO DE CONSUMO DE CONTENIDOS EN SITIOS Y BLOGS

Masculino



FUENTE: elaboración propia, con información de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

línea adquiere cierta regularidad. Por el contrario, las edades de las mujeres presentan un comportamiento con menos variabilidad. Las edades femeninas únicamente experimentan descenso de los 25 a los 33 años, hasta que a los 34 años la línea vuelve a mostrar una tendencia ascendente.

Las gráficas 1 y 2 muestran que la cantidad de mujeres involucradas en las artes suelen ser ligeramente más jóvenes que los hombres, y que después de los 24 años se reduce progresivamente el número de mujeres involucradas en estas actividades, hasta diez años después,

cuando se incrementa su presencia a partir de los de 34 años. Seguramente la disparidad entre hombres y mujeres que conforman la muestra se ve reflejada en estas gráficas: hay más hombres representando cada rubro etario porque su porcentaje es mayor en la muestra. Sin embargo, no es ocioso preguntarse qué pasa con la edad y los jóvenes artistas.

Queremos matizar la observación que hace el equipo de Nomismæ, S.C. de que hay una ventana de tiempo para insertarse en el mercado y forjar una carrera como productor de obra, o bien definirse en otra área. Dentro del rango de edad que contempla nuestro estudio difícilmente podríamos encontrarnos con artistas "consumados"; en general, estos jóvenes se encuentran en un proceso de aprendizaje, consolidación o a la búsqueda de su inserción en el campo laboral. Anita Zednik y David Throsby, en su trabajo sobre Australia, señalan que la diferencia más notable entre quienes protagonizan las artes y quienes participan de otros ámbitos económicos es, que en promedio, los artistas suelen ser mayores que el resto. Y adjudican esto a dos razones: a) los artistas suelen retirarse mucho después que otros trabajadores, por lo tanto su fuerza de trabajo por arriba de los 60 años, en promedio, es mayor que en otras actividades, y b) la carrera de un artista no suele seguir un plan definido y deben invertir más tiempo que otras profesiones en prepararse, adquirir habilidades, experimentar, crear su propio discurso y exponer, antes de que su carrera despegue (Throsby y Zednik, 2010:21).

No podemos saber con certeza las razones por las que hay más mujeres jóvenes artistas hasta los 24 años que después. El INEGI reporta, en su documento *Mujeres y hombres en México 2010*, que estadísticamente el descenso de la participación económica de las mujeres está vinculado a su estatus conyugal y a su condición como madres de familia.

La participación en el trabajo remunerado analizada desde la situación conyugal, muestra que las mujeres casadas son las que menos participan, a diferencia de los hombres en la misma situación. [...] El número de hijos, en el caso de las mujeres, de igual manera condiciona

su inserción en la actividad económica, ya que a medida que aumenta, las posibilidades de insertarse o mantenerse en el mercado laboral van disminuyendo, ante la carga de trabajo que representa el cuidado de los hijos y las actividades del hogar [...] (INEGI, 2010:69).

No podemos decir que la ligera diferencia en los porcentajes por edad de hombres y mujeres en la encuesta esté vinculada a una situación conyugal o reproductiva, pero sí podemos usar este pretexto para proponer una breve reflexión sobre el tema refiriéndonos a los jóvenes creativos.

Desde una clave de género, nos gustaría señalar que en México los espacios donde estos artistas pueden mostrar su trabajo, así como las becas y los apoyos que les pueden ayudar a consolidar sus carreras, se viven como escasos o insuficientes en proporción al número de artistas que aspiran a conseguirlos, lo que, desde nuestra perspectiva, genera un ambiente de muy alta competencia al interior del gremio que exige una diversificación de especializaciones y ocupaciones paralelas, las cuales demandan una cantidad de energía y tiempo difíciles de congeniar con la idea tradicional de "la familia".

Zednik y Throsby encontraron que los y las artistas señalan la falta de rentabilidad financiera como principal obstáculo en su desarrollo profesional; sin embargo, los hombres adjudican esta carencia a la falta de oportunidades de empleo y las mujeres a la falta de tiempo. Esta diferencia es importante, pues se encontró que las mujeres se encuentran atrapadas con responsabilidades y presiones domésticas o cuidado de los hijos en mayor medida que sus homólogos masculinos. Los autores mencionan que, a pesar de ser similares las proporciones de hombres y mujeres que durante su carrera han tenido los hijos a su cargo, ellas sienten más que los hombres que su trabajo como artistas se ve restringido. Padecen con más fuerza que ellos aspectos tales como la falta de concentración y tiempo para realizar sus proyectos artísticos, después de la demanda de energía implícita en el cuidado de los infantes. En contraste, ellos con más frecuencia señalan sus dificultades, vinculadas al cuidado infantil, en el sentido de que deben tomar trabajos fuera de su campo para mantener a sus hijos.

La edad es un tema que se vuelve muy importante en relación con cuestiones reproductivas, sobre todo para las mujeres. ¿Qué piensan las jóvenes artistas, respecto a su carrera y la familia?

[...] cuando yo cumplí 25, 24, que fue la edad en que mi mamá me tuvo a mí, empecé a tener una serie de reacciones muy impresionantes, ante panzas en la calle, mujeres embarazadas y bebés. Y es una cosa fuertísima porque viene desde un lugar que no está racionalizado, y yo tengo en mi ámbito afectivo y familiar referentes muy convencionales donde la gente que tengo alrededor termina la carrera, se casa y es ama de casa, y de pronto, todo este ámbito que es en el campo del arte donde esas estructuras de vida son mucho más flexibles y diversas en cuanto a preferencias sexuales, en cuanto a maneras de organizar una familia, en cuanto a los tiempos, muy chistoso porque dos de las figuras que han sido importantes en mi formación, Susan y Mónica, eligieron no tener hijos, y yo a esa edad, a los 24, que me di cuenta que tenía esto que me venía como de un lugar instintivo, animal, de especie humana, me lo empecé a plantear como una elección personal y me di cuenta de que sí tengo la necesidad de desarrollarme profesionalmente y más recientemente que sí me interesa establecer una estructura de pareja estable y que sí tengo la necesidad personal de vivir la experiencia de la maternidad. Parte de mi búsqueda actual tiene que ver desde dónde se puede construir ese espacio en las condiciones sociales, económicas y de género que vivimos hoy.

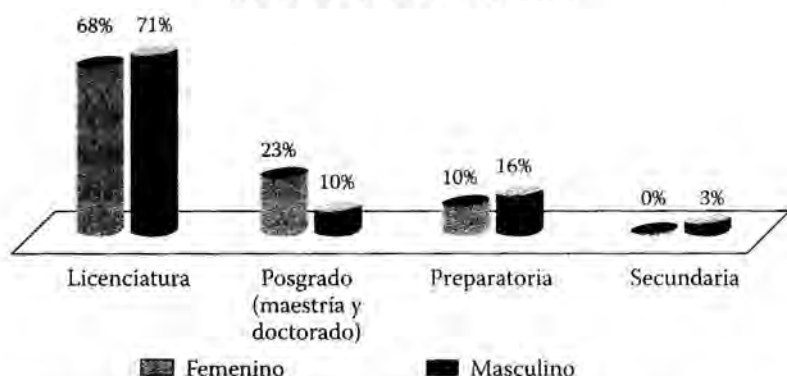
¿Cómo este tema puede traer alguna reflexión sobre la equidad e igualdad de acceso a las oportunidades entre mujeres y hombres en las artes? Ciertamente, las y los ahora jóvenes creativos encaran ya el tema de la reproducción, algunos despreocupadamente, otros desean-do que en una "situación ideal" puedan desarrollar sus carreras y sus proyectos de vida. Esta generación tiene la posibilidad y las herramientas creativas para desarrollar modos alternos de sobrevivencia ante las crisis sistémicas de la economía mundial. ¿Desarrollarán también nuevos modos —flexibles y diversos— de pensar en la reproducción y la familia?

¿CUÁNTO, CÓMO Y CON QUIÉNES?

La última batería de datos que nos gustaría poner en diálogo tiene que ver con los ingresos, la forma en que los consiguen y con quiénes se asocian los jóvenes creativos. Un indicador útil al pensar en la equidad de género es la relación que existe entre educación e ingresos. En nuestro caso, la encuesta muestra que los varones obtuvieron un mayor porcentaje en el nivel medio superior y superior. Las mujeres, por otro lado, en niveles posteriores a la licenciatura, muestran estadísticamente una mayor preparación académica que los hombres y no aparecen representadas en la educación media. Esto quiere decir que ninguna de las mujeres que contestó la encuesta y se encuentra inmersa en las artes audiovisuales, ha estudiado sólo la secundaria, a diferencia de los hombres, de los cuales 3% de quienes contestaron la encuesta han estudiado hasta ese nivel.

Observando la gráfica 3 podemos ver que los porcentajes no difieren de manera importante sino hasta el indicador de posgrado, donde la proporción de mujeres es más del doble con respecto a la masculina. Respecto de este tema estableceremos de nueva cuenta un diálogo con el trabajo de Zednik y Throsby, pues su detallado seguimiento es-

GRÁFICA 3
MÁXIMO GRADO DE ESTUDIOS



FUENTE: elaboración propia, con información de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

tadístico de la comunidad artística en Australia, nos permite dimensionar los datos obtenidos en nuestra encuesta.

Los resultados australianos destacan que frente a 28% de los hombres, 46% de las mujeres artistas, al terminar su educación formal continúan involucrándose en otras experiencias educativas, ya sea formal o de manera informal (Throsby y Zednik, 2010:73). Esta diferencia, que representa poco más de la mitad porcentual, puede indicar cierta preocupación compartida de las mujeres artistas por capacitarse, mantenerse al día y nutrir su currículo. En México, el INEGI indica que la alta profesionalización de las mujeres es una tendencia nacional: "Hace casi dos décadas, en 1990, sólo una tercera parte de la matrícula en posgrado correspondía a las mujeres —32.2%— (para 2007), su participación porcentual alcanza(ba) 49.9 del total" (INEGI, 2010:45). La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), en su último anuario estadístico, 2005-2009, indica que los porcentajes de primer ingreso a nivel posgrado en México son: 52% a las mujeres y 48% a los hombres, lo cual indica, sin duda, que ellas están accediendo con rapidez a estudios de posgrado en mayor medida.⁴

En teoría, la mayor profesionalización de las mujeres supondría una mejor remuneración y mayores posibilidades de inserción en el ámbito laboral. Hemos mencionado ya que, en el caso de las artes visuales, las entrevistadas y los directorios aluden a una presencia predominantemente femenina en las instituciones, ocupando cargos de dirección, administración, curaduría, gestión cultural y educación. Esta feminización en la plantilla institucional de las artes podría tener cierta relación con que al competir por un cargo, las mujeres que acceden a estudios después de la licenciatura se encuentren más cualificadas que sus homólogos masculinos. Sin embargo, sin un estudio detallado de la población vinculada a las instituciones de la cultura, sus principales características demográficas y su comportamiento económico, es difícil describir con certidumbre la situación con respecto a la equidad de género de esta actividad.

⁴ Porcentajes de elaboración propia con base en los datos de los anuarios estadísticos de la ANUIES disponibles en internet.

A pesar de que, según las estadísticas recientes, las mujeres tienen un mejor acceso a una educación superior que hace veinte años, y que el gobierno mexicano ha suscrito leyes que fomentan la equidad de género, a escala nacional, la remuneración femenina sigue siendo menor que la de los hombres. El Inmujeres revela que la mitad de las que “trabajan y perciben ingresos ganan como máximo dos salarios mínimos mientras que sólo 32.2% de la población masculina tiene este nivel de ingreso” (Inmujeres, 2008:6). A escala nacional, factores como la edad, el número de horas destinadas a la jornada laboral y el impacto de las tareas vinculadas al hogar y la familia son considerados para explicar estas diferencias.

¿Cómo se presenta este tema en las variables obtenidas por la encuesta de jóvenes creativos?

GRÁFICA 4
EL INGRESO ECONÓMICO DE TU ACTIVIDAD ARTÍSTICA
LO OBTIENES...



FUENTE: elaboración propia, con información de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

Un primer acercamiento a cómo obtienen sus ingresos los jóvenes creativos nos dice que el porcentaje de hombres y mujeres que no reciben un ingreso por su actividad artística es el mismo. Que las mu-

eres tienen un sueldo en una proporción ligeramente mayor que los hombres. Y que los hombres reciben en una proporción ligeramente mayor, pagos en vales, productos comercializables, bonos, por comisión o propinas que las mujeres. Las dos variables que presentan una diferencia más fuerte son casi inversamente proporcionales, 46% de las mujeres reciben sus ingresos por pagos a destajo, pieza, servicio u obra, frente a 30% de hombres que son remunerados de esa manera. Y casi en un efecto de espejo, 45% de los hombres recibe su pago por honorarios frente a 39% de las mujeres que son retribuidas de esta forma.

El dato más significativo en este caso es que por la forma en que reciben su pago podemos deducir que la mayoría de estos jóvenes, independientemente de su género, se encuentran laborando fuera de los esquemas de seguridad social y laboral. Angela McRobbie señala al respecto que

[...] la ausencia de formas de protección significa que se tienen que inventar nuevas formas de independencia y confianza solamente en uno mismo, de acuerdo con las cuales es normal cumplir con, por ejemplo, cuatro proyectos a la vez, si al menos uno de ellos es un trabajo con una organización del sector público o con la administración del Estado, ya que ello permitirá por lo menos disfrutar de algún derecho mínimo (como puede ser la cobertura por enfermedad o vacaciones) (McRobbie, 2007:8).

Si bien los jóvenes creativos manifiestan gran satisfacción con respecto a lo que hacen, también es cierto que desarrollan su trabajo en pésimas condiciones laborales.

A: Sí, mucha angustia pero también estoy tratando de trabajar con ella. Cada vez creo sentir menos, pero también porque estoy aceptando más la ambigüedad. Y estoy aceptando más que justo parte de la decisión de ser artista fue agarrar la idea de cambiar, de cambiar. Si tengo que cambiar, cambio. No, y si tengo que adaptarme me adapto. Y eso aparte de ser artista, supongo.

N: Para mí sí es muy frustrante pensar que a mí me angustia mucho sobre todo que las condiciones, los servicios que tienes como trabajador, como no poder tener sueldo fijo, ni contrato, ni seguro médico. Puta, ni una pensión.

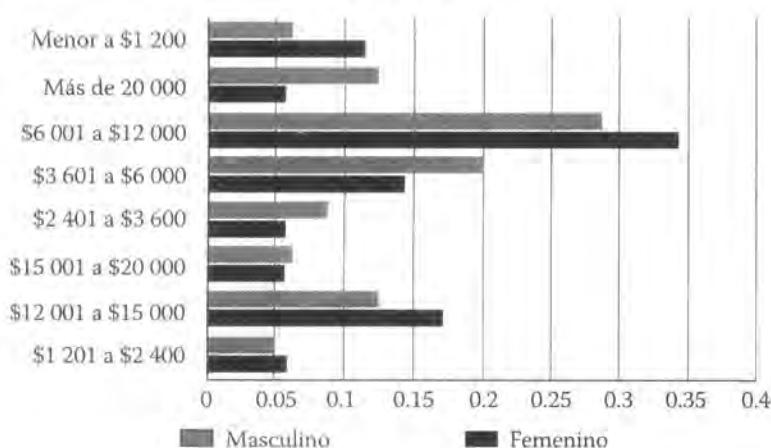
A: Historial crediticio, ¿qué es eso?

N: [...] ni jubilación, porque incluso a nuestros padres ya se las están recortando. Eso me angustia un chingo. No me angustia tanto cuál va a ser mi proceso creativo siguiente. Tengo claro por qué hago arte. Tengo claro qué quiero generar a mi alrededor cuando hago arte. Lo que me preocupa son las cuestiones más pragmáticas de puta madre. Claro que si ahorita me enfermo o me atropellan puedo recurrir a un apoyo familiar, pero eso no va a ser siempre. También sé que no puedo revertir esta cosa de la generación de mi madre que la ayudaban a sus padres después de un rato. Puta, pues ahora no hay eso. Mi madre construyó la casa cuando era tres años mayor que yo, como a los treinta y cinco años. Podía tener una casa, podía comprar un coche. Yo no puedo hacer nada de eso. Yo ni siquiera [...].

Una vez descrito el cómo reciben sus ingresos los jóvenes creativos, es justo decir a cuánto ascienden sus ingresos. En la gráfica 5 puede apreciarse que la mayoría de los hombres (29%) y las mujeres (34%) encuestados reciben entre seis mil y doce mil pesos al mes. El siguiente peldaño porcentual indica que 20% de los hombres y 14% de las mujeres reciben entre 3 600 y seis mil pesos al mes, y que 17% de las mujeres recibe entre doce mil y quince mil pesos frente al 12% de los hombres que perciben esa misma cantidad mensual.

Los porcentajes de incidencia intermedia en la escala se expresan de la siguiente manera: 9% de los hombres y 6% de las mujeres reciben de 2 400 a 3 600 pesos. Y aunque con una ligera diferencia de centésimas porcentuales, tanto el 6% de hombres y las mujeres reciben entre quince mil y veinte mil pesos al mes. Es interesante señalar que los extremos de la escala, es decir, quienes ganan más y quienes ganan menos, se corresponden con la tendencia nacional, casi en una relación inversamente proporcional: 6% de los hombres y 11% de las mujeres perciben menos de 1 200 pesos; 13% de los hombres y 6% de las mujeres perciben más de veinte mil pesos.

GRÁFICA 5



Llama poderosamente la atención que mientras en las cantidades intermedias las diferencias porcentuales entre hombres y mujeres tienden a guardar una relación más cercana, en los extremos de la escala las diferencias porcentuales son casi del doble y además se corresponden. Es decir, casi el doble de quienes ganan menos son mujeres y poco más del doble de quienes ganan más son varones, aun cuando más mujeres poseen grados académicos más altos que los hombres. McRobbie señala que:

[...] Lo que sucede a una situación que no está cubierta por las leyes que protejan de la discriminación laboral es que de ella vuelven a emerger modelos antiguos, elitistas y socialmente más excluyentes [...] Las cuestiones de raza o etnicidad, de género y de sexualidad no tienen posibilidad de expresarse porque en el ámbito de la cultura se supone que estos asuntos ya han sido tratados y que la igualdad se da por sentada, o bien porque hay tal individualismo competitivo que no existe ningún foro, lugar o momento para que aquellas inquietudes se puedan manifestar en un entorno público (McRobbie, 2007:7).

La investigación que se ha llevado a cabo durante los dos últimos años y ahora la presentación de los primeros hallazgos esta-

dísticos, han resultado ser de suma importancia para poner a discusión una serie de temas de vital importancia, no sólo para la comunidad artística o los interesados en temas de juventud, pues los nuevos modos de relación laboral que vemos aquí no se restringen a las artes.

La primera intención de este texto en particular era hablar de qué interacciones con implicaciones de género podían estarse gestando en estos jóvenes artistas; sin embargo, al analizar la estadística y la información cualitativa obtenida en campo, resultó obvio que una primera aproximación para pensar en el género en este ámbito debía atravesar un ejercicio de visibilización y diagnóstico de los indicadores de equidad más básicos pues como McRobbie señala, en el ámbito cultural, y añadiríamos académico, se dan por sentados y superados ciertos temas, lo cual opaca la mirada inquisitiva y crítica hacia las dinámicas y características internas.

Artista: [...] cómo decirte, no es que alguien haga la diferencia o que haya exclusión, yo siento que no es así o al menos no de frente, es que las cosas llegan como llegan, es como si fuera algo que está más anidado en el fondo de las cosas, pero jamás me sentí excluida, jamás sentí que me hicieran menos por ser chava, pero sí es muy evidente que los hombres tienen más espacios, eso siempre fue muy evidente, fue evidente que a todos mis amigos les fueron saliendo proyectos antes que a mí, pero también eso cuando yo lo pensaba, tenía que ver con que yo era la más joven, muchos de ellos me llevaban más de siete años y también eso tiene que ver con cómo madura tu trabajo; sí tengo la idea de que es algo que se construye a largo plazo [...].

Entrevistadora: Dices que es evidente pero no lo vives como una desventaja, ¿no?

Artista: Exacto, no lo vivo así, pero [...] esto que te digo de las galerías directamente, yo personalmente ya no sé —tengo una posición ambigua frente a las galerías—, no estoy segura de querer tener una pero sí sé que no está fácil porque hay más hombres, es cómo, no sé, si pareciera que el trabajo de los hombres es mejor o qué diablos.

Evidentemente, esta exploración diagnóstica marca sólo algunas preguntas que la información de campo misma sugirió; sin embargo, es necesario un ejercicio de indagación más extenso que permita conocer mejor y plasmar numéricamente el comportamiento de las relaciones de género al interior del ámbito artístico, que le sirva a la comunidad misma para establecer un diálogo reflexivo que cuestione y esclarezca sus propias dinámicas internas.

CONCLUSIONES

La diferenciación sexual y la construcción de identidades de género son los mecanismos de ordenamiento primarios en cualquier organización social. Analizar las interacciones que se desarrollan en torno a esas identidades y las cargas subjetivas tomadas e impuestas desde esta dimensión es fundamental para entender los mecanismos de prestigio y exclusión. Los jóvenes creativos que son sujetos de este libro tienen mucho que aportar a la comprensión de las sociedades contemporáneas, inmersas en el enorme flujo de interacciones sociales, políticas y económicas que ha implicado el avance tecnológico, el cual, al superar las limitaciones del desplazamiento y facilitar el ilimitado intercambio de información, dibuja constantemente nuevas posibilidades en las interacciones sociales.

La "creatividad", otrora reconocida como valor intrínseco de la personalidad del "artista", es ahora una idea central de la economía elevada a panacea capaz de dar solución a la crisis sistémica mundial. La idea del éxito individual y el sujeto "creativo" se apoya en una redefinición de las nociones de individualidad que promueve la autosuficiencia y autodependencia, que desdibuja las obligaciones sociales, depositándolas en el individuo y responsabilizándolo de las fallas que en realidad son sistémicas. Pensar el género en este nuevo contexto es un reto, pues esta generación joven ha nacido gozando de los beneficios de las luchas feministas y que dan por sentados, como un triunfo. Esto muchas veces obstaculiza ver cómo las inequidades de hecho siguen existiendo, y adquieren nuevas formas.

Debemos agregar que esta redefinición de las nociones de individualidad, que responsabilizan al sujeto de su propio éxito o fracaso, deja a las mujeres jóvenes en una posición desde la cual se torna incluso humillante reconocer la estructura sexista que mantiene ciertos privilegios masculinos. Desde este *ethos* del individuo exitoso, clave en la economía creativa o basada en el talento, los sectores que están en una desventaja histórica y sistémica son responsabilizados de no poder repuntar por sí mismos, puesto que bajo este imaginario “todos tenemos las mismas condiciones”. Por ejemplo, que haya menos artistas mujeres exponiendo individualmente en las galerías obstaculiza que su obra y discurso se consoliden, pero al no mirarse como una problemática de inequidad de género se pasa por alto que las oportunidades de consolidar su trabajo han sido limitadas por factores estructurales ajenos a su propio talento.

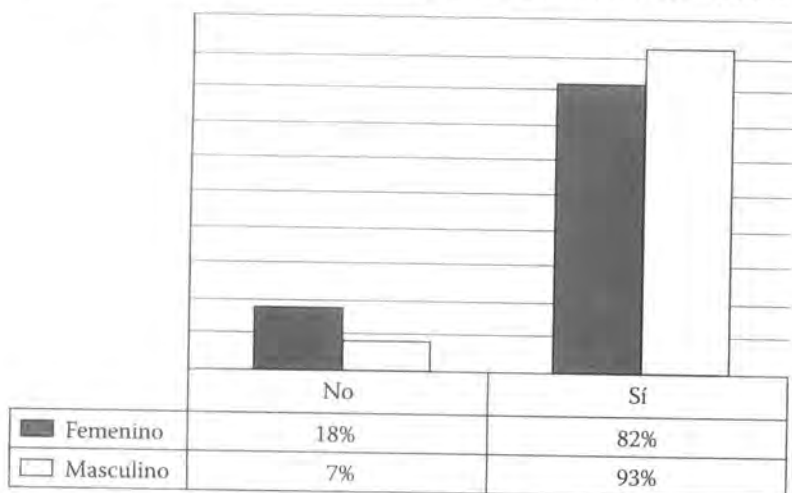
Esta anulación del contexto sociohistórico nos hace perder de vista que nunca todos los sujetos parten desde el mismo lugar, con las mismas oportunidades, saberes, capitales y recursos. El punto de partida para cada quien es diferente y producto de las intersecciones de la realidad y la historia que atraviesan a ese sujeto en particular. La noción de equidad, justamente, discute el reconocimiento de las diferencias y la procuración de un orden más racional, que proporcione las condiciones para que todas las personas puedan tener iguales oportunidades de desarrollo personal, sin importar su punto de partida. Un reto obvio que deja pendiente este trabajo es la lectura que también desde la masculinidad y otras identidades de género puede y debe hacerse, pues la equidad implica necesariamente el reconocimiento de todas las diferencias. Quedan, pues, estas líneas como testigos de tal deuda.

ANEXOS

Gráficas complementarias de elaboración propia con información de la Encuesta Estrategias Creativas y Redes para el Desarrollo 2012, Nomismæ, S.C.

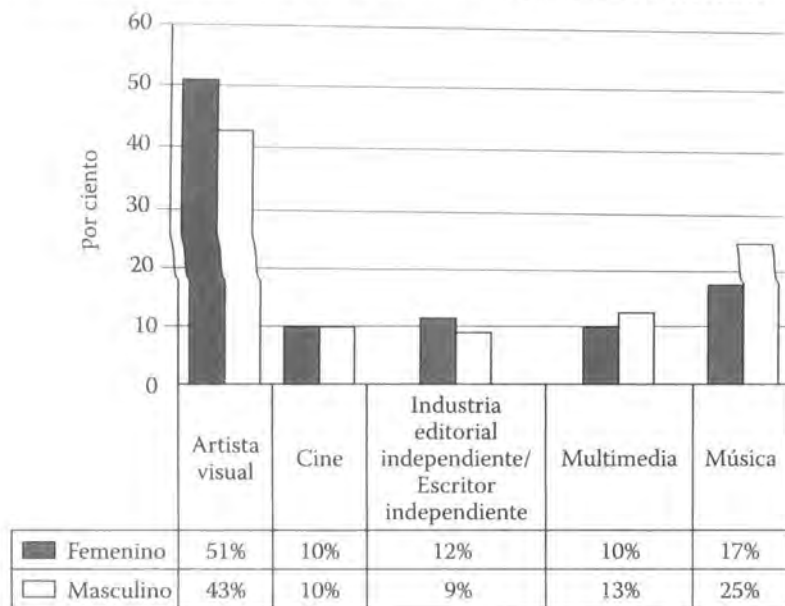
GRÁFICA 1

¿LA PRODUCCIÓN DE OBRAS DE ARTE ES UNA DE TUS ACTIVIDADES?

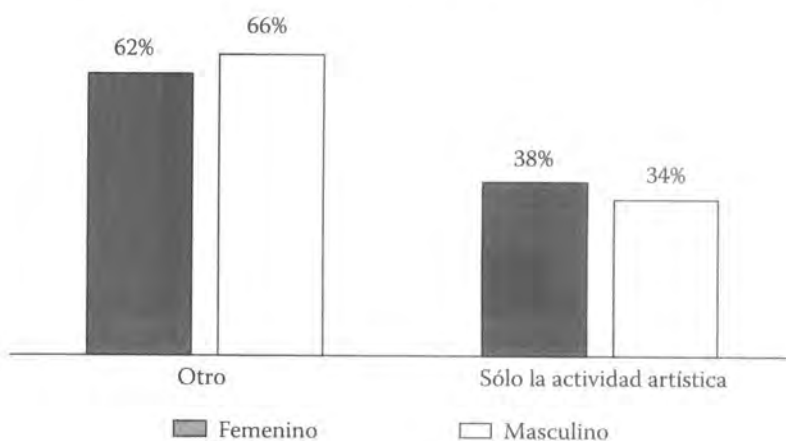


GRÁFICA 2

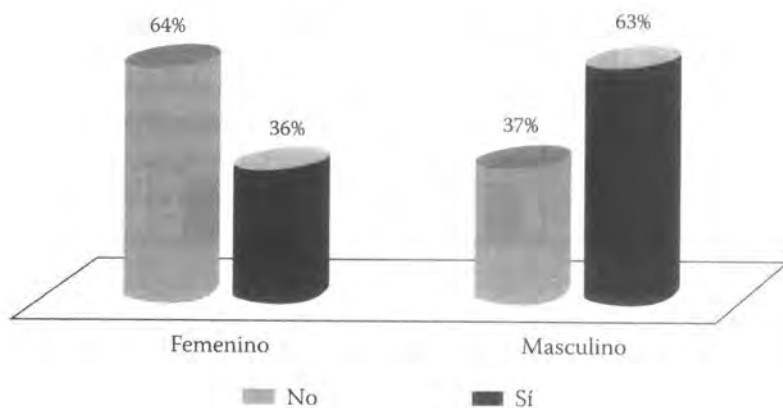
¿CUÁL CONSIDERAS QUE ES TU PRINCIPAL ACTIVIDAD ARTÍSTICA?



GRÁFICA 3
 ¿LA ACTIVIDAD ARTÍSTICA ES TU ÚNICO SUSTENTO
 O LO COMPLEMENTAS CON ALGUNA OTRA ACTIVIDAD?

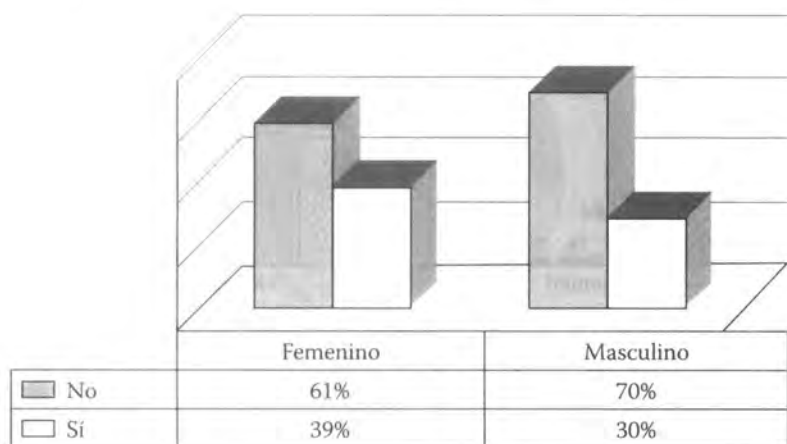


GRÁFICA 4
 ¿TE DEDICAS A UN NEGOCIO INDEPENDIENTE?



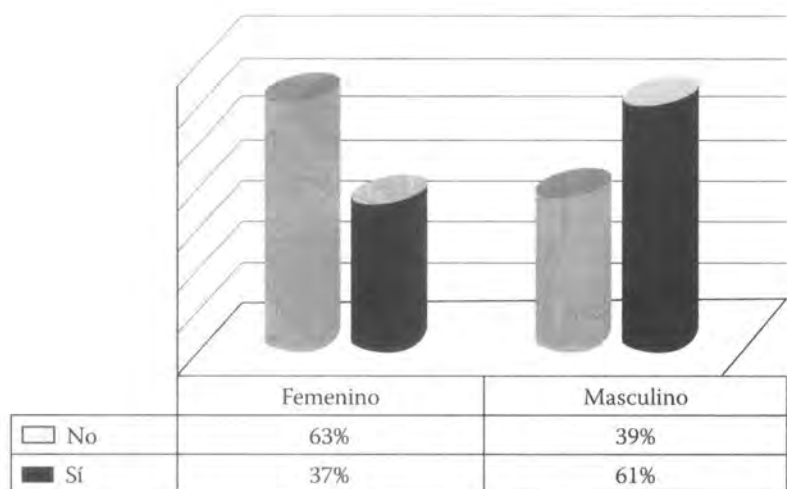
GRÁFICA 5

EN ESTE EMPLEO, ¿CUENTAS CON UN CONTRATO POR ESCRITO?



GRÁFICA 6

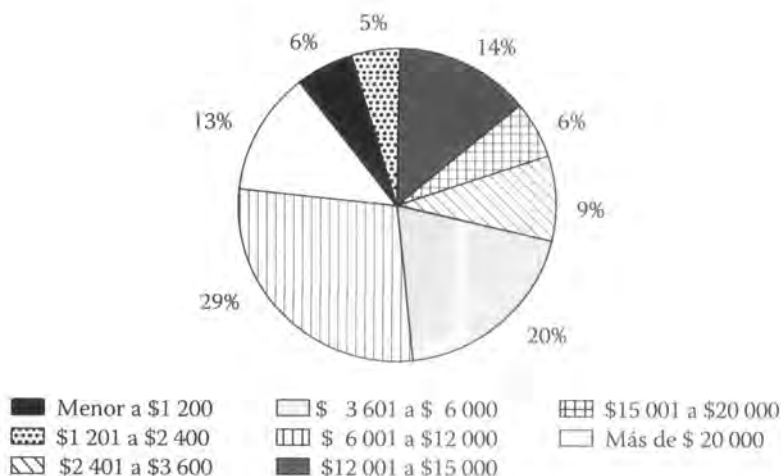
¿ESTÁS DADO DE ALTA EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES?



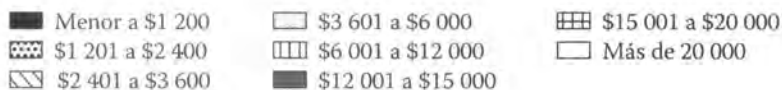
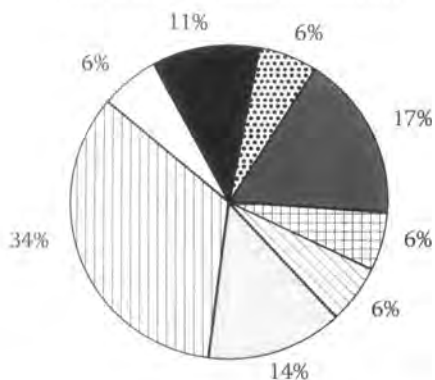
GRÁFICA 7
EL INGRESO ECONÓMICO
DE TU ACTIVIDAD ARTÍSTICA LO OBTIENES...



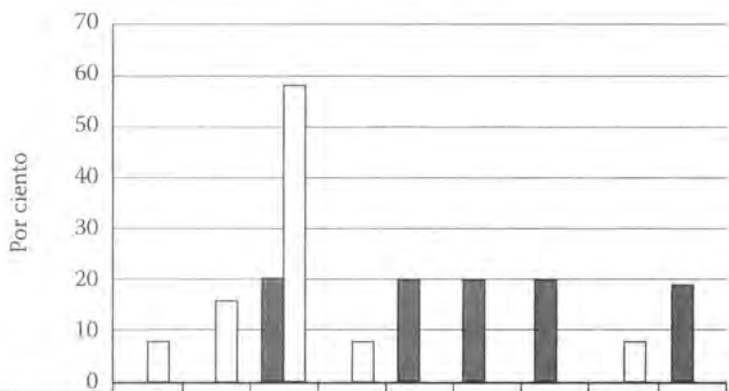
GRÁFICA 8
INGRESO MENSUAL MASCULINO



GRÁFICA 9
INGRESO MENSUAL FEMENINO

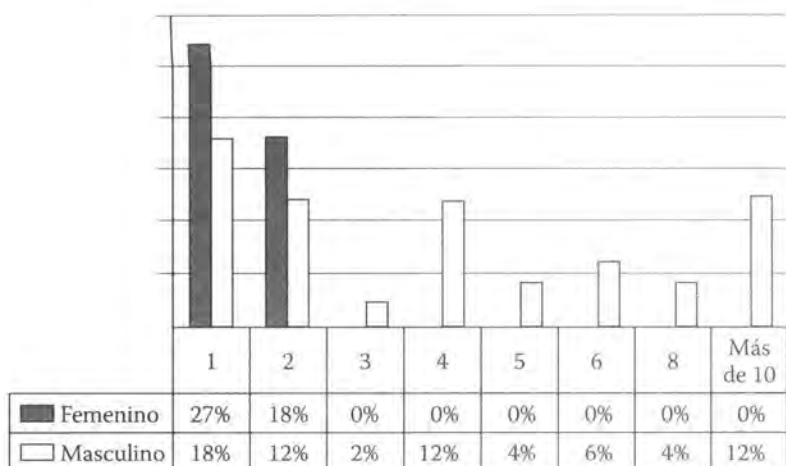


GRÁFICA 10
TIEMPO QUE RECIBIERON APOYO

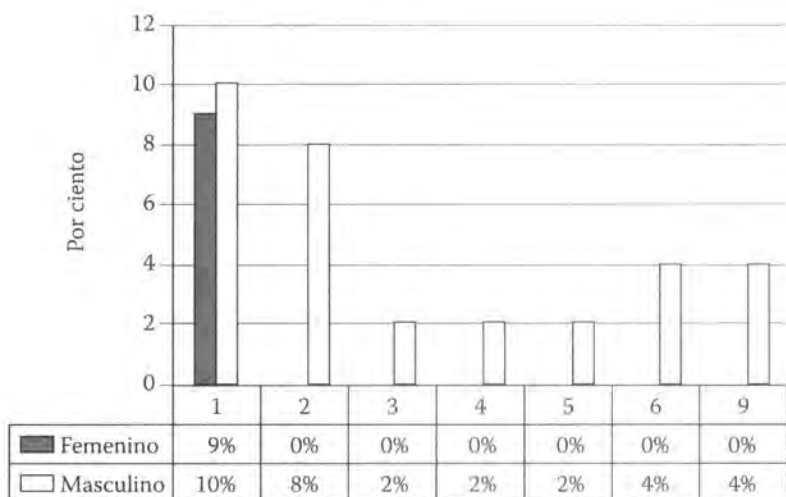


Años	0.16666667	0.5	1	1.5	2	2.5	3	3.66666667	6
Femenino	0%	0%	20%	0%	20%	20%	20%	0%	20%
Masculino	8%	17%	58%	8%	0%	0%	0%	8%	0%

GRÁFICA 11
 ¿TIENES COLABORADORES EN TU NEGOCIO O ACTIVIDAD?



GRÁFICA 12
 ¿TIENES ASISTENTES EN TU NEGOCIO O ACTIVIDAD?



BIBLIOGRAFÍA

- GARCÍA CANCLINI, Néstor
2011 *La sociedad sin relato*, México, Katz.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, FRANCISCO CRUCES
y Maritza CASTRO POZO
2012 *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid, Ariel/
Uned/Telefónica/UAM.
- McROBBIE Angela
2007 *La "losangelización" de Londres*, en <<http://eipcp.net/transversal/0207/mcrobbe/es>>, consultado el 12 de octubre de 2012.
- THROSBY D. y A. ZEDNIK
2010 *Do you Really Expect to get Paid. An Economic Study of Professional Artists in Australia*, Sidney, Council of the Arts.

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

- ASOCIACIÓN NACIONAL DE UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR (ANUIES)
2012 *Anuarios estadísticos*, en <http://www.anui.es/servicios/e_educacion/index2.php>, consultado el 16 de octubre de 2012.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)
2012 *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*, México, INEGI, en <<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/default.aspx>>, consultado el 16 de octubre de 2012.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA-INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INEGI-Inmujeres)
2010 *Mujeres y hombres en México*, México.
- INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (Inmujeres)
2008 *Desigualdad de género en el trabajo*, en <http://cedec.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100923.pdf>, consultado el 16 de octubre de 2012.

KURIMANZUTO

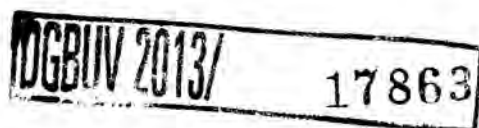
2012 en <<http://www.kurimanzutto.com/>>, consultado el 16 de octubre de 2012.

LABOR

2012 en <<http://www.labor.org.mx/>>, consultado el 16 de octubre de 2012.

YAUTEPEC

2012 en <<http://yau.com.mx/>>, consultado el 16 de octubre de 2012.



F/128078 / Lib. Gaudhi / Fondo III / CESOCUM 104

Jóvenes creativos.
Estrategias y redes culturales
se terminó en febrero de 2013
en Imprenta de Juan Pablos, S.A.,
2a. Cerrada de Belisario Domínguez 19,
Col. del Carmen, Del. Coyoacán,
México 04100, D.F.

1 000 ejemplares



Biblioteca de Alteridades

*La conquista del Gran Nayar.
Retórica, fábulas y alegorías
en la construcción de la alteridad:
siglos XVII y XVIII*
Raúl Enríquez Valencia

Fronteras de iluminismo
Enzo Segre Malagoli
e Isidoro Moreno Navarro
(coordinadores)

Nuevas topografías de la cultura
Angela Giglia
y Amalia Signorelli
(coordinadoras)

*Turismo y antropología:
miradas del Sur y el Norte*
Alicia Castellanos Guerrero
y Jesús Antonio Machuca
(coordinadores)

*Racismos y otras formas de intolerancia
de Norte a Sur en América Latina*
Alicia Castellanos Guerrero
y Gisela Landázuri Benítez
(coordinadoras)

*Resistencias en movimiento
de dignidad, deseo y emociones.
Una mirada antropológica*
Margarita del Carmen Zárate Vidal

*La persistencia de la costumbre pima,
interpretaciones desde la antropología cognitiva*
Andrés Oseguera Montiel

Los jóvenes tienen hoy mayor nivel educativo que anteriores generaciones, pero duplican las cifras de desempleo de sus padres. Esta investigación explora estrategias de artistas visuales, músicos, editores y creadores multimedia para crearse empleos, innovar en los modos de agruparse y construir redes en la ciudad de México. Combinando enfoques socioantropológicos y económicos se obtuvo una visión novedosa de formas de producción cultural en parte independientes de la industria y de las instituciones predominantes.

¿Cómo obtienen sus ingresos y financian sus prácticas creativas? ¿Cómo articulan becas o subsidios con otros recursos, qué les provee internet en contenidos y visibilidad? Además de ofrecer un panorama del lugar de los jóvenes en la producción de cultura, este libro discute las relaciones entre la economía creativa y el trabajo personal y grupal. A la vista de la información obtenida, ¿qué nombre de los asignados en distintos países es más pertinente: emprendedores, *trendsetters*, *techsetters*? ¿Cómo influye el género para ser incluidos o excluidos en los mundos creativos? Se ofrece, en suma, una visión cuantitativa y cualitativa del papel de los jóvenes en el desarrollo cultural, en medio de la flexibilidad laboral y la precariedad aún más notables en trabajos culturales.

BIBLIOTECA DE
ALTERIDADES

26



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLIT

UNIDAD IZTAPALAPA/División de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento de Antropología

CONACULTA

CONACULTA