Néstor García Canclini
Maritza Urteaga (coords.)

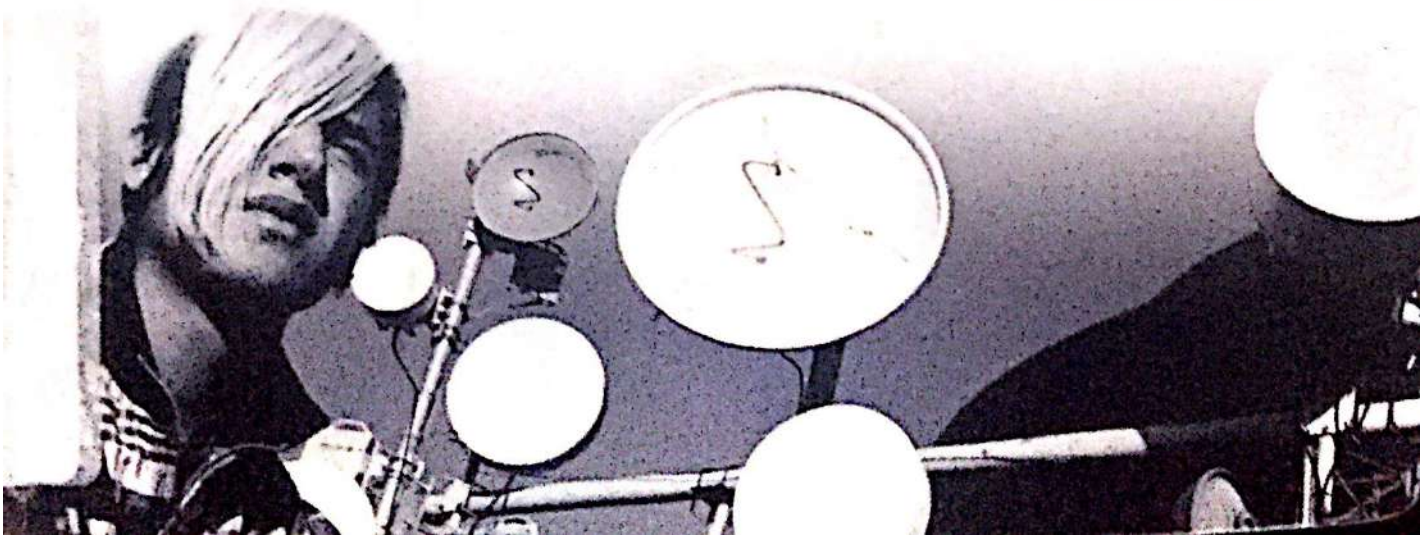
cultura y desarrollo

Una visión crítica desde los jóvenes

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
OMNIUM SCIENTIA SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
Casa abierta al tiempo

PAIDÓS



Escaneado con CamScanner

Sistema Integrado de Bibliotecas
Biblioteca digital UCE
Calle Jerónimo Leyton y Gato Sobral – Cdla. Universitaria
+593 2230757 ext: 808 biblioteca.general@uce.edu.ec

BASE LEGAL PARA DIGITALIZACIÓN DE LIBROS CON DERECHOS DE AUTOR

El Sistema Integrado de Bibliotecas de la Universidad Central del Ecuador, digitalizará su acervo bibliográfico siempre y cuando sea para fines educativos y de investigación. No se permite la reproducción y distribución para la comercialización directa e indirecta del mismo.

La digitalización del material bibliográfico se lo realiza de acuerdo al Código Orgánico De La Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación Art. 212 numeral 9, Literal ii "(…) Una biblioteca o archivo podrá, además, realizar los siguientes actos (…) La reproducción electrónica y comunicación pública de obras de su colección para ser consultadas gratuita y simultáneamente hasta por un número razonable de usuarios, sólo en terminales de redes de la respectiva institución o para usuarios de esa institución bajo su control, en condiciones que garanticen que no se puedan hacer copias electrónicas de esas reproducciones" y literal vii "La reproducción, adaptación, traducción, transformación, arreglo, distribución y comunicación de una obra protegida por derechos de autor o una prestación protegida por derechos conexos, en uno o más formatos accesibles para el uso exclusivo de personas con discapacidad".

Este material se considera un producto intelectual a favor de su autor; por tanto, la titularidad de sus derechos se encuentra protegida por el Código Orgánico De La Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. La violación a dichos derechos constituye un delito que será responsabilidad del usuario.

Este libro está disponible físicamente en:

BIBLIOTECA	Biblioteca Facultad de Artes			**PISO**	
				ESTANTE	01
				BANDEJA	12
CONVENIO INTERINSTITUCIONAL		**UNIVERSIDAD**			

Los coordinadores

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, New York, Stanford, Barcelona, Buenos Aires y São Paulo. Su libro más reciente es *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia* (2010).

MARITZA URTEAGA es profesora investigadora en la ENAH y miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México. Sus investigaciones están enfocadas en el estudio de diversos actores sociales juveniles. Entre los más recientes figuran los jóvenes indios en la ciudad, los *trendsetters* y los estudiantes de antropología. Su último libro es *La construcción juvenil de la realidad. Jóvenes mexicanos contemporáneos* (2011).

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

Cultura y desarrollo

Escaneado con CamScanner

PAIDÓS ESTADO Y SOCIEDAD

Últimos títulos publicados

122. S. P. Huntington, *¿Quiénes somos?*
123. J. Rifkin, *El sueño europeo*
124. U. Beck, *Poder y contrapoder en la era global*
125. C. Bébéar y P. Manière, *Acabarán con el capitalismo*
126. Z. Bauman, *Vidas desperdiciadas*
127. Z. Brzezinski, *El dilema de EE.UU.*
128. N. Chomsky, *Sobre democracia y educación, vol. 1*
129. N. Chomsky, *Sobre democracia y educación, vol. 2*
130. H. Joas, *Guerra y modernidad*
131. R. Dahrendorf, *En busca de un nuevo orden*
132. U. Beck, *La mirada cosmopolita o la guerra es la paz*
133. H. Schmidt, *Las grandes potencias del futuro*
134. T. Pogge, *La pobreza en el mundo y los derechos humanos*
135. A. Touraine, *Un nuevo paradigma*
137. M. Yunus, *El banquero de los pobres*
138. U. Beck y E. Grande, *La Europa cosmopolita*
139. P. Arrojo, *El reto ético de la nueva cultura del agua*
140. J. Gray, *Contra el progreso y otras ilusiones*
141. P. Van Parijs y Y. Vanderborght, *La renta básica*
142. A. Negri, *Movimientos en el imperio*
143. Z. Bauman, *Vida líquida*
144. V. Shiva, *Manifiesto para una democracia de la tierra*
145. M. Nussbaum, *Las fronteras de la justicia*
146. Z. Bauman, *Miedo líquido*
147. A. Negri, *Goodbye Mr. Socialism*
148. N. Chomsky y G. Achcar, *Estados peligrosos*
149. A. Touraine, *El mundo de las mujeres*
151. N. Klein, *La doctrina del shock*
152. J. Attali, *Breve historia del futuro*
153. A. Giddens, *Europa en la era global*
154. R. Dworkin, *La democracia posible*
155. U. Beck, *La sociedad del riesgo mundial*
156. A. Negri, *La fábrica de porcelana*
159. J. Gray, *Misa negra*
160. Z. Brzezinski, *Tres presidentes*
164. M. Yunus, *Un mundo sin pobreza*

Escaneado con CamScanner

Néstor García Canclini
Maritza Urteaga (coords.)

306
C968

Cultura y desarrollo

Una visión crítica desde los jóvenes

Investigadores:

Verónica Gerber Bicecci, Claudia Jiménez López, Raúl Marcó del Pont Lalli, Carla Pinochet Cobos, Cecilia Vilchis Schöndube y Julián Woodside Woods

INVENTARIO
Compra..... Donación..... Canje.....
Proveedor.....
Factura..... Fecha..... Precio.....
Nº Inf. Recep..... Fecha Inf.....
Nº Alta.....
Biblioteca.....

PAIDÓS
Buenos Aires • Barcelona • México

Escaneado con CamScanner

Cubierta de Gustavo Macri
Imagen de tapa: Ernesto Ramírez, s/t, de la serie *Cerca del cielo.*

García Canclini, Néstor
Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes / Néstor García Canclini y Maritza Urteaga -1ª ed.- Buenos Aires: Paidós, 2012.
208 pp.; 23x16 cm.

ISBN 978-950-12-5477-8

1. Estudios Culturales. I. Urteaga Castro Pozo , Maritza II. Título
CDD 306

1ª edición, junio de 2012

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© 2012, Néstor García Canclini y Maritza Urteaga Castro Pozo (por la compilación)
© 2012, cada autor de su propio texto

© 2012, de todas las ediciones:
Editorial Paidós SAICF,
Publicado bajo su sello Paidós®
Independencia 1682/1686, Buenos Aires – Argentina
E-mail: difusion@areapaidos.com.ar
www.paidosargentina.com.ar

Queda hecho el depósito que previene la Ley 11.723
Impreso en la Argentina – *Printed in Argentina*

Impreso en Primera Clase,
California 1231 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires,
en mayo de 2012.

Tirada: 4.500 ejemplares

ISBN 978-950-12-5477-8

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

ÍNDICE

PREFACIO, *por Néstor García Canclini* 11

INTRODUCCIÓN. CREATIVIDAD Y JÓVENES: PRÁCTICAS EMERGENTES, *por Néstor García Canclini*..... 19

Redefinición de los vínculos entre cultura y desarrollo..... 20
¿Reactivación del papel de la cultura mediante la innovación tecnológica?..... 24
Jóvenes y desarrollo creativo 27
Bibliografía 34

CAPÍTULO I. COMPENDIO PARA CIEGOS (O DÓNDE BUSCAR EL RELATO DE UNA GENERACIÓN INVISIBLE), *por Carla Pinochet Cobos y Verónica Gerber Bicecci*..... 37

¿Una industria global? 42
Circuitos del arte, circuitos urbanos..... 50
Artistas jóvenes emergentes: ahora y entonces .. 55
Competencias, habilidades y recursos. Un mapa generacional 61
Para trabajar hay que combinar estrategias..... 68

Escaneado con CamScanner

Plataformas de desarrollo creativo..... 74
Conclusiones: políticas culturales para un sistema mixto 82
Bibliografía 87

CAPÍTULO II. EDITORES INDEPENDIENTES JÓVENES, *por Raúl Marcó del Pont Lalli y Cecilia Vilchis Schöndube*.. 91

Para muestra basta un hablador..... 96
Datos contra natura 102
Independencia y circuitos comerciales..... 107
De qué están hechos los independientes 112
Neoliberales inconscientes 116
El reticente Gutenberg binario 120
Bibliografía 128

CAPÍTULO III. CREATIVIDAD Y DESARROLLO: LA MÚSICA POPULAR ALTERNATIVA, *por Julián Woodside Woods, Claudia Jiménez López y Maritza Urteaga*..... 135

Cambios del campo de la producción musical .. 140
Nuevas reglas de producción musical..... 143
Dinámicas de producción y socialización 145
Redes de colaboración de los jóvenes..... 149
Dimensión generacional en la interacción 154
Campos de acción y división del trabajo..... 157
Flexibilidad laboral 161
Estrategias creativas..... 163
Las disqueras transnacionales ante los cambios. 168
Nodos de creación musical: Discos Intolerancia 169
Autoempleo: el músico como creativo..... 172
Gentrificación: la escena de Guadalajara 173
Distribución digital 175
Festivales masivos y conferencias internacionales 176
Conclusiones y recomendaciones 181
Bibliografía 185

Escaneado con CamScanner

EPÍLOGO. ESTRATEGIAS CREATIVAS: ENTRE PRECARIEDAD Y REDES, *por Néstor García Canclini y Maritza Urteaga* 189

¿Un arte sin jerarquías? 194
Las escenas jóvenes: coincidencias y diversidad. 197
¿Políticas creativas y sustentables? 203
Bibliografía 205

LOS AUTORES 207

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST OMNIUM SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

FACULTAD DE ARTES
SIB - UCE

PREFACIO

Néstor García Canclini

¿Qué sentido pueden tener, después de la crisis económica mundial de 2008, los documentos bien intencionados de organismos nacionales e internacionales sobre las interconexiones entre cultura y desarrollo? Todavía seguimos leyendo declaraciones de cumbres de jefes de Estado y de ministros de cultura que exaltan la potencialidad del arte y las industrias audiovisuales como fuentes para atraer inversiones, generar empleos, dinamizar el turismo y elevar el Producto Interno Bruto de cada sociedad. Entre tanto, los programas presupuestales, asfixiados por las deudas y obligados a la austeridad, recortan fondos que estaban dirigidos a impulsar el desarrollo cultural, provocan despidos de personal en organismos públicos y empresas privadas, reducen el poder adquisitivo de las mayorías. Atrofian, en suma, la potencialidad creativa de las sociedades, reducen el consumo y el acceso.

Varios países latinoamericanos conocimos estas contradicciones entre los discursos y las medidas regresivas desde las crisis de 1982 y 1994 en México, la brasileña de fines de los años noventa y el derrumbe de la economía argen-

Escaneado con CamScanner

tina en 2001, entre otras. Los estudios de economistas y sociólogos de la cultura que citamos en este libro (Ernesto Piedras, George Yúdice) han seguido argumentando sobre la potencialidad de los productos y actos culturales como recursos para el desarrollo. También han sugerido la implementación políticas estatales que, articuladas con acciones empresariales y de movimientos sociales, contrarresten las tendencias frustrantes.

Prevalecen, sin embargo, los recortes de los programas de apoyo a las industrias editoriales, cinematográficas, musicales y artísticas. En este proceso, van modificándose los conceptos de cultura y desarrollo. La noción de *cultura* ha ido cambiando su significado al vincularse con términos mercadológicos lejanos de los conceptos y procesos sociales que le dieron identidad en el pasado. De *desarrollo* se habla cada vez menos, y con un encuadre semántico dependiente del neoliberalismo; una manera de decir rápido las diferencias es señalar su aparición en la fórmula I+D, utilizada en el hemisferio norte, pero cuyas iniciales son un enigma para muchos políticos latinoamericanos. Aun en países europeos apremiados por sus dificultades financieras, la Investigación ve achicar sus fondos y se reducen sus aportes al Desarrollo.

El avance del desarrollo cultural en las sociedades latinoamericanas –y en otras–, y su reorientación especialmente por las nuevas condiciones de producción, circulación y acceso ofrecidas por tecnologías recientes, hacen necesario reconsiderar los vínculos entre la economía, el desarrollo social y las innovaciones culturales. En estas páginas reubicamos la discusión científica y política sobre la cultura como recurso para el desarrollo interno de cada país y como posicionamiento competitivo en los mercados internacionales, más allá de los registros estadísticos sobre producción de cine, editoriales, música y dispositi-

Escaneado con CamScanner

vos digitales. Al registrar que muchos cambios se producen a partir de las nuevas generaciones, parece razonable averiguar qué piensan los jóvenes y cómo ensayan nuevos comportamientos, formas de agruparse y comunicarse distintas de las políticas estatales o empresariales.

Las críticas socioculturales a la concepción economicista de la vida social han tenido, al menos, dos consecuencias sobre las teorías del desarrollo. Por una parte, volvieron evidente que el desarrollo es concebido de diferentes maneras en épocas distintas, e incluso en la actualidad, por diversas culturas. Esta es una de las razones por las cuales no se puede reducir el desarrollo al crecimiento económico. Los economistas suelen decir, para diferenciar a uno de otro, que el desarrollo es crecimiento más bienestar. Cuando hablamos de bienestar tenemos que hacernos cargo de concepciones distintas en cada sociedad. En este tiempo de innovaciones tecnológicas tener bienestar implica poseer una cantidad de artefactos que no existían hace treinta años. Aun dentro de cada nación hay regiones que tienen diversos requerimientos. Luego, es necesario concebir el desarrollo como un proceso plural, que admite la diversidad y el desempeño divergente de regiones, lenguas y clases sociales. Sabemos que la diversidad no se presenta solo porque distintos sectores de la sociedad eligen desenvolverse de maneras diferentes, sino también porque tuvieron oportunidades desiguales de acceder a los bienes. En suma: hay *diferencias* de carácter étnico, lingüístico, de género, de edades, que no necesariamente están condicionadas por la desigualdad, y hay otras diferencias provocadas por la *desigualdad.*

Ambas formas de diversidad son afectadas por los procedimientos de embudo mediáticos: la variedad de estilos y formas de interacción se reduce severamente a medida que es capturada por los medios. La pluralidad socio-

Escaneado con CamScanner

cultural, antes homogeneizada por las políticas de unificación nacional o mestizaje de los Estados, ahora sufre un reduccionismo mayor: el que ejerce la concentración monopólica de las industrias editoriales y audiovisuales, de las empresas periodísticas y las *majors* musicales. En el momento en que las ciencias sociales y las políticas culturales de muchos Estados reconocen la heterogeneidad, esta es seleccionada y empobrecida mediante lo que José Jorge de Carvalho ha llamado políticas de "ecualización intercultural" (Carvalho, 1995).

La diversidad principal que exploramos en este libro es la que manifiestan los jóvenes. En especial, las amplias franjas de jóvenes creativos (también llamados *trendsetters*, *techsetters* o emprendedores) que se organizan para realizar arte, libros, música y propuestas digitales con concepciones y redes distintas a las que prevalecen en las industrias culturales. No solo lo hacen por las dificultades para conseguir empleo. Su disidencia surge de un descontento con los modos hegemónicos de organizar la cultura, de su indignación o de la simple búsqueda de caminos más creativos y compatibles con las innovaciones culturales y tecnológicas.

La mayor parte de las políticas culturales nacionales y de cooperación internacional siguen centrándose en personas, bienes físicos e instituciones espacialmente localizadas. En la época de desmaterialización y digitalización de los bienes simbólicos, los ministerios de cultura dedican los porcentajes más altos de sus presupuestos a la gestión de museos, la construcción de centros culturales que sean referencias arquitectónicas espectaculares y a pagar salarios de instituciones –como museos, teatros, orquestas y bibliotecas– representativas de la cultura letrada y situada en lugares específicos. Los Estados que cedieron a las empresas privadas, desde la expansión masiva de los

Escaneado con CamScanner

medios, la decisión unilateral sobre los contenidos y las condiciones económicas de explotación de las pantallas de cine y televisión, no dedican fondos ni personal a estudiar y promover los aportes de la comunicación digital a la reconfiguración de la esfera pública.

En la era del acceso y de las comunicaciones transnacionales, las acciones gubernamentales y de la mayoría de los actores culturales siguen colocando en el centro de sus preocupaciones el modo para lograr que los públicos visiten las instituciones localizadas en ciudades grandes o medianas, en barrios privilegiados (teatros, museos y salas de concierto). Se hacen programas educativos y se trata de inventar algún recurso para que los editores y libreros sobrevivan y los jóvenes lean más. Cuando se impulsan encuestas sobre los públicos de esas instituciones y los hábitos de lectura, como ocurre desde hace cuarenta años en Estados Unidos y varios países europeos, se descubre que los jóvenes –y no sólo ellos– ven más cine que antes pero no en las salas sino en televisión, video y luego de descargar películas de Internet. Es difícil saber si los jóvenes leen realmente menos, porque los resultados de la encuesta reflejaron solo cuánto leen en papel. Otras preguntas muestran que la tercera parte de los entrevistados usan computadora y de ese grupo, el 80% dispone de Internet. ¿Para qué se utilizan esos recursos digitales? Para informarse, enviar o recibir mensajes, y los jóvenes para estudiar, hacer tareas escolares y compartir datos. Todas son formas de lectura y escritura. Sin embargo, en la época del iPhone siguen haciéndose libros y documentos gubernamentales, programas escolares, que oponen los libros a la televisión.

Las encuestas recientes realizadas a los jóvenes muestran no solo la preferencia por estos aparatos –el ordenador más que el libro, la descarga más que el disco–;

Escaneado con CamScanner

también les importa, más que adherir a la comercialización y posesión de colecciones de objetos, la inserción en redes más experimentales. Estas preferencias, que desde su perspectiva se originan a partir de la cultura viva y la interacción inmediata y gratuita, deben incluirse en los debates sobre la llamada "piratería". Las ideas de proximidad, confianza y legitimidad no están aferradas a objetos. Hasta la comunicación a distancia por medios digitales, como veremos, les brinda mayor concreción, en la voz y las imágenes, que los relacionan al instante y les permiten conseguir efectos verificables. Por supuesto, esto tiene que ver con el desinterés o desencanto por las ideas políticas y sociales abstractas, con la identificación con redes expresivas.

Quizás los antiguos asuntos de la diversidad y el desarrollo puedan sonar atractivos si somos capaces de imaginar la cultura como algo más que un portafolios comercial de Google, cinco o seis editoriales y dos o tres disqueras, interrumpidos por apariciones de videos "clandestinos" en las pantallas de YouTube. Tal vez, las palabras cultura y desarrollo se estén reinventando en otras construcciones de sentido, cuyo poder depende de lo que suceden con los derechos intelectuales de los creadores y los derechos conectivos de las audiencias.

Esta investigación intenta aclarar algunos movimientos claves del desarrollo cultural contemporáneo indagando no tanto el *consumo* de los bienes culturales como el *acceso* y las nuevas formas de *creatividad* y *sociabilidad*. Al parecer, estas opciones metodológicas pueden renovar el modo de hacer políticas de desarrollo y cultura. Y, por supuesto, hacer ciencia social donde los actores jóvenes, sobre todo desde quienes están replanteando las convenciones que nos hacen convivir en sociedad e interesarnos por los bienes simbólicos. ¿Cuáles son las competencias

Escaneado con CamScanner

que se necesitan ahora para fabricar y comunicar el arte, qué puede lograrse haciendo ediciones con independencia de la gran industria, cómo generar redes más libres para difundir la música y acceder a ella? ¿Cuáles son, más allá de las motivaciones utópicas, los riesgos de esta independencia y del autoempleo? Estas constituyen, como se verá, preguntas abiertas, con respuestas en construcción, aunque no parecen llevar a opciones menos sustentables que las de las estrategias de los aparatos estatales y empresariales de la cultura.

Bibliografía

Carvalho, José Jorge de (1995): *Hacia una etnografía de la sensibilidad musical contemporánea*, Brasilia, Universidad de Brasilia/Departamento de Antropología.

García Canclini, Néstor y Piedras, Ernesto (2005): *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, FLACSO/Siglo XXI/SER.

Yúdice, George (2007): *Economía da cultura no marco da protecao e promocao da diversidade cultural*, Nueva York, New York University.

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

INTRODUCCIÓN

CREATIVIDAD Y JÓVENES: PRÁCTICAS EMERGENTES

Néstor García Canclini

La relación entre cultura y desarrollo ha cambiado dramáticamente al pasar del siglo XX al XXI y en México esta mutación se hace visible con particular contraste. En ningún otro país latinoamericano se formó una infraestructura tan grande de museos de antropología, historia y arte en la segunda mitad del siglo pasado. Se expandió la investigación cultural y se llegó a contar con un sistema de sitios arqueológicos, vastos programas de apoyo a las artes "cultas" y a las culturas populares. La industria editorial mexicana lideró, junto con la argentina, la producción en español hasta fines de los años setenta. La radio, la televisión, y en algunos períodos el cine, también se expandieron en el país y en los mercados internacionales.

Sin embargo, a partir de la crisis económica de 1982 México estancó su crecimiento; el Estado privatizó instituciones y medios, canceló programas públicos y en general redujo su apoyo a la educación, la ciencia y las culturas populares. A todo ello debe agregarse el impacto de las tecnologías digitales que transformaron, como en otras sociedades, los modos de producción, circulación

Escaneado con CamScanner

y consumo. Este proceso ha sido estudiado en algunos trabajos sobre cada sector (por ejemplo, Alatriste, 1999; García Canclini y Piedras, 2006; Sánchez Ruiz, 1998; Ugalde, 2004) en los que se muestra que, además del debilitamiento del Estado, la caída del poder adquisitivo de gran parte de la población redujo el consumo de bienes culturales.

Aquí vamos a explorar el sentido conjunto de estos cambios desde las perspectivas de las nuevas generaciones, prestando especial atención a las estrategias creativas y a las redes sociales y culturales que desarrollan los jóvenes para autogenerar empleos e insertarse en nichos de creatividad y sociabilidad. Las consecuencias del pasaje del Estado proveedor y administrador a las nuevas iniciativas de empresas y fundaciones privadas, fenómeno también estudiado en los trabajos antes referidos, se aprecian mejor si tomamos en cuenta la situación social y los emprendimientos de los jóvenes en las artes, la música, las editoriales independientes y las prácticas digitales.

Redefinición de los vínculos entre cultura y desarrollo

La investigación científica de la cultura comenzó en el siglo XIX a través de la antropología, pero referida a sociedades no occidentales ni modernas. Fue con la industrialización de los procesos simbólicos que la sociología y luego la economía, advirtieron que los procesos culturales contribuían al desarrollo social o lo dificultaban. Los estudios comunicacionales completaron el giro epistemológico gracias al cual hablar de cultura dejó de limitarse a objetos de valor excepcional y comenzó a analizarse la producción, la circulación y el consumo de los procesos creativos en todo el arco de la vida cotidiana. El acceso

Escaneado con CamScanner

FACULTAD DE ARTES
SIB - UCE

inequitativo a la formación cultural en la escuela y en los medios, tanto para producir cultura como para apropiarse de sus bienes, mostró que en las diferencias y desigualdades culturales se manifestaban las disputas por lo que la sociedad produce, así como los modos de distinguirse entre las clases y los grupos. La cultura pasó a ocupar un lugar reconocido en el ciclo económico de la producción de valor y en el ciclo simbólico de organización de las diferencias.

Ahora llegamos a una nueva etapa. ¿En qué consiste? Es difícil responder, entre otras razones porque parecería que los estudios sobre la potencialidad de la cultura y la comunicación en el desarrollo de cada nación y de las relaciones internacionales van por un lado y que las prácticas de innovación en políticas culturales y comunicacionales van por otro.

La reconceptualización de la cultura efectuada por las ciencias sociales le fue dando legitimidad en los estudios sobre el desarrollo, las estructuras de poder y la construcción de consensos, el crecimiento económico y los intercambios internacionales. Las evidencias de que la producción cultural representa, según los países, entre el 3 y el 7% del PIB, atrae inversiones y crea empleo, volvieron a los productos simbólicos tema de análisis de mercados y crecimiento económico (Tolila, 2007). En México se ha estimado que la producción de bienes y mensajes culturales abarca un 7,3% del PIB (Piedras, 2009).

Sin embargo, en el uso público, especialmente el mediático, se sigue hablando de la noción de cultura como un fenómeno ligado a las artes, el saber y la educación con bajo reconocimiento de su papel social y económico. En un estudio sobre los modos en los que se informa acerca de los hechos culturales en diarios mexicanos (García Canclini, 2000), comenzamos a percibir una incipiente ex-

Escaneado con CamScanner

pansión de los temas culturales a las secciones de economía, informática y telecomunicaciones. En estas páginas las noticias internacionales prevalecían sobre las nacionales, algunos días en proporción de 10 a 1. Sus temas revelaban los nuevos motivos de interés en la cultura: polémicas sobre propiedad intelectual y piratería, estrategias de crecimiento y alianzas entre empresas de comunicación, informática, entretenimiento y turismo. La cultura existe en estas secciones en tanto está industrializada y acompaña procesos de digitalización, ganancias y pérdidas, sobre todo en los servicios. Si la noticia es que "los libros de Borges mantienen venta constante" (*El Universal*, 15/6/99: 3), las cifras que lo acreditan se publican en la sección "Cultura". En cambio, la pérdida de 23.500 empleos vinculados a la industria cinematográfica estadounidense durante la migración de la producción fílmica y televisiva de ese país a Canadá, Australia e Inglaterra, aparece en "Espectáculos" (*El Universal*, 29/6/99: 2). La sección de informática también registra noticias empresariales, dedica buen espacio a novedades tecnológicas y ayuda a resolver problemas de acceso cotidiano a los servicios. La publicidad, en cambio, abundante en estas páginas, exhibe las ofertas computacionales, la competencia entre tiendas, cursos y centros de cómputo. Con frecuencia, la frontera entre las secciones de economía e informática se borra. Así como en la parte económica ocupan sitios preferentes las comunicaciones y la informática, en "Virtualia" –nombre del suplemento de cibercultura de *La Jornada*– aparecen notas tituladas: "Internet para buscar y ofrecer empleo", "Litigio entre Apple y Daewoo por presunta copia del diseño de la iMac".

Los diarios, esos sobrevivientes de la cultura escrita, también se remodelan para registrar los nuevos vínculos entre la creatividad de artistas, escritores y medios en las redes digitales con los movimientos económicos globales.

Escaneado con CamScanner

Sus giros informativos parecen a veces más sensibles a la nueva escena que a las investigaciones académicas. Los investigadores nos complacemos con el hecho de que algunos economistas y políticos (muy pocos) vean la cultura no como *gasto* sino como *recurso*.

Entre los libros que en los últimos años unen la investigación empírica con la reteorización de la cultura, sobresale el de George Yúdice, titulado precisamente *El recurso de la cultura*, en el cual se documenta cómo los bienes y procesos simbólicos dinamizan el turismo y las industrias audiovisuales, o los museos se vinculan con el desarrollo urbano. También los debates culturales son examinados como escenas en las que sectores sociales negocian con los Estados las prioridades del desarrollo, los derechos humanos y la calidad de vida. Decenas de declaraciones y estudios de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), entre otros organismos internacionales, registran las implicaciones estratégicas de la cultura para el desarrollo socioeconómico y la construcción de sociedades menos injustas y más democráticas.

No obstante, esos mismos documentos constatan tendencias regresivas en el desarrollo de la cultura, notoriamente en sociedades latinoamericanas. Muchos libros recientes, como el del propio Yúdice, identifican las causas de esta regresión: las presiones de los intereses financieros y de las corporaciones transnacionales, que estancan el desarrollo endógeno de las sociedades periféricas y agravan la inequitativa distribución del ingreso; la incapacidad de los partidos políticos para contrarrestar las políticas neoliberales, o su cómplice indiferencia.

Escaneado con CamScanner

¿Reactivación del papel de la cultura mediante la innovación tecnológica?

Esta reubicación internacional de las conexiones entre cultura y desarrollo se complejiza en muchos países –no solo de desenvolvimiento bajo o medio, como México, sino en los centrales, como los europeos– al desvanecerse las promesas de que la gestión cultural puede contribuir a atraer inversiones y crear trabajo. A la reducción del papel del Estado como proveedor de ofertas culturales y generador de empleos, se suma la disminución del ritmo de crecimiento de la economía mexicana, la fuerte concentración de la producción en unas pocas empresas de televisión y espectáculos, editoriales transnacionales dedicadas más a la importación que a producir internamente, el rezago de muchas empresas ante la innovación tecnológica y su pérdida consiguiente de competitividad internacional. Como consecuencia del aumento del desempleo y la disminuida capacidad adquisitiva de los salarios, cae el consumo de libros, discos, videos y asistencia a espectáculos. La llamada piratería o circulación informal de muchos bienes culturales y las crecientes oportunidades de acceso digital mediante descargas de la red acentúan el deterioro económico de la producción cultural.

En México, como en otros países, surgieron en las dos últimas décadas expectativas de que la llamada sociedad de la información engendrara ciudades del conocimiento o ciudades creativas. En vez de las urbes contaminadas por la concentración fabril, ciudades impulsoras de la renovación digital e informacional, donde todos los sectores puedan acceder a trabajos inteligentes. Ciudades diseñadas para propiciar un desarrollo económico basado en el conocimiento científico, las tecnologías avanzadas de información y una fluida interconectividad global. Se

Escaneado con CamScanner

trataría de usar la investigación e innovación como recursos claves para añadir valor a la producción y propiciar un desarrollo acelerado, con mayor competitividad internacional; fomentar la articulación entre universidades, empresas y creadores; facilitar el acceso a las nuevas tecnologías comunicacionales de todos los ciudadanos; orientar la educación formal e informal para elevar el nivel educativo de toda la población, especialmente los aprendizajes de conocimientos e inserciones en redes que puedan favorecer la adquisición de este tipo de capital social. Boston y Seattle en Estados Unidos, Cambridge y Manchester en Gran Bretaña, se han mencionado como ejemplos de esta rearticulación entre información, conocimiento, conectividad e infraestructura urbana que, a través de la educación, esperaba impulsar la participación social en el desarrollo.

La pregunta que surge en América Latina es qué posibilidades existen de desarrollar ciudades del conocimiento en medio de políticas científicas y tecnológicas rezagadas, con baja competencia internacional, donde el desaliento a la investigación y la innovación nos coloca en situación subordinada en la división internacional del trabajo intelectual. Científicos, técnicos y creadores formados en América Latina emigran a los países de mayor desarrollo, incluso hasta los asiáticos. No es casual que algunas ciudades latinoamericanas en las que se ha proyectado una ciudad del conocimiento en breve tiempo vean decaer sus innovaciones. La falta de soportes estructurales las reducen, a veces, a ciudades del espectáculo arquitectónico, y en situaciones extremas de descomposición la inseguridad desactiva aun esta alternativa. Quiero ejemplificarlo con lo que ha sucedido en Monterrey, la segunda ciudad mexicana por su volumen de población y su lugar en la economía nacional.

Escaneado con CamScanner

El Fórum Universal de las Culturas, realizado en 2004 en Barcelona, ya auspició polémicas sobre los vínculos entre el crecimiento urbano, los espectáculos y la expansión del saber. La segunda edición del Fórum, desarrollada en Monterrey, México, entre septiembre y noviembre de 2007, se propuso vincular el desarrollo cultural sostenible con los avances científico-tecnológicos. "Monterrey, ciudad del conocimiento" fue el lema elegido para este festival de espectáculos artísticos, exposiciones y coloquios por esta ciudad mexicana, que tuvo prestigio como capital industrial por haber sido sede de la mayor compañía siderúrgica de América Latina y de muchas otras fábricas. Sin embargo, cuando la industrialización decayó y los gobiernos mexicanos prefirieron las políticas de importación abandonando el desarrollo industrial, los altos hornos cerraron y sus edificios, transmutados en Parque Fundidora, se reconvirtieron en pinacoteca y cineteca. Luego –con el estímulo del Fórum– el espacio posfabril creció agregando nuevos museos, un planetario y paseos a través de un canal de 2,5 kilómetros que comunica la ex zona industrial con el centro histórico y político de la urbe. Como escribió un analista del Fórum, que valoró la ampliación de servicios culturales a la población, hay algo perturbador en que las instalaciones de una empresa quebrada por incompetencia de sus dueños y del Estado se haya convertido en "un monumento a la capacidad emprendedora y a la armonía entre el empresariado y el gobierno" (Díaz Garza, 2007: 20).

Dos formas de conocimiento: del saber que nutría el desarrollo industrial, expresado físicamente en fábricas y hornos "tan resistentes como el material que producirían: el acero" (según una nota sobre el Fórum publicada en 2007), pasamos al rescate simbólico de los edificios vaciados que se reconvierten en "Museo del Acero", "Museo

Escaneado con CamScanner

del Vidrio" y centros para exhibir arte. En las conferencias y mesas del Fórum se debatió sobre los aportes de los nuevos conocimientos a la diversidad cultural y a un desarrollo "sustentable" basado en la información más que en la producción material. Algunos académicos y medios periodísticos preguntaban si la enorme inversión en nuevos edificios que museificaban la ciudad no debería haberse destinado a resolver los crónicos problemas de infraestructura que cada año obligan a enfrentar inundaciones, cortes de luz y otras deficiencias en los servicios. ¿Reconversión o eufemización?

Apenas cuatro años después de aquel Fórum que reunía cultura y conocimiento, la descomposición social y el descontrol político territorial que sufre México, agudizado por el narcotráfico, convirtieron a Monterrey en una de las ciudades más violentas del país. La población se siente en riesgo constante y deja de salir de noche a las calles. Decenas de miles están desplazándose a otras zonas del país o a Estados Unidos. Incluso naufragan convenios del Instituto Tecnológico de Monterrey con universidades extranjeras porque, ante el asesinato de estudiantes, varias universidades estadounidenses suspendieron los intercambios de profesores y alumnos.

Jóvenes y desarrollo creativo

¿Cómo se posicionan las nuevas generaciones en este panorama cargado de contradicciones? Si bien la alta migración de jóvenes, y notoriamente de los más calificados (de algunos países latinoamericanos, a Estados Unidos; de otros, a Europa), es uno de los signos reveladores de las tendencias desintegradoras, vemos surgir movimientos alternativos. Estamos pensando en jóvenes que ocu-

Escaneado con CamScanner

pan cargos de dirección en industrias, crean empresas innovadoras en áreas estratégicas (informática, servicios digitalizados, entretenimientos audiovisuales y en las denominadas industrias creativas), o se inscriben de modos no tradicionales en el mercado de trabajo. Asimismo, en las nuevas generaciones se concentra el mayor número de consumidores de música, videos y tecnologías avanzadas.

La otra cara de este mismo proceso está constituida por la gran cantidad de jóvenes que aportan los mayores porcentajes a las estadísticas del desempleo y el empleo informal, y en México, como en otros países, también a las caravanas de migrantes, a las estadísticas de la muerte violenta como soldados, sicarios o víctimas del narcoterrorismo y de la guerra contra este emprendida por el gobierno. Los jóvenes, antes pensados como el futuro, en estos casos son el presente. No solo en el sentido de que no hay que esperar al porvenir para que se realicen, sino porque tienen poco futuro. "El futuro es tan incierto que es mejor vivir al día" fue la frase preferida por más de la mitad de los entrevistados en la Encuesta Nacional de Juventud realizada en México en 2005.

¿Cómo se combina la incorporación avanzada de los jóvenes a los nuevos conocimientos, a la conectividad y la participación en redes y proyectos innovadores con la desafiliación institucional, la frustración de expectativas y la socialización en la agresividad y el delito desde edades cada vez más tempranas? El informe reciente producido por la Organización Iberoamericana de la Juventud revela que en América Latina "los jóvenes son el sector más vulnerable a los trabajos irregulares, con el sueldo más castigado": en México, Colombia, Ecuador, Panamá y Perú, mientras el 50,3% de los adultos tiene empleos informales, en los jóvenes de 15 a 29 años el porcentaje sube a 82,4% (Calderón, 2010: 6).

Escaneado con CamScanner

A partir de un estudio de la CEPAL que correlaciona datos semejantes con el avance educativo de los jóvenes, Martín Hopenhayn señala las siguientes paradojas: los jóvenes "tienen mayores logros educativos que los adultos, medidos sobre todo en años de educación formal, pero por otro lado menos acceso al empleo. Manejan con mayor ductilidad los nuevos medios de información, pero acceden en menor grado a los espacios consagrados de deliberación política, y están menos afiliados a los partidos. Expanden exponencialmente el consumo simbólico pero no así el consumo material" (Hopenhayn, 2008: 53).

Esta descripción general, aplicable a México, es un punto de partida para comprender la precaria relación de los jóvenes con el futuro de sus sociedades. Pero en la antropología y en otras ciencias sociales (Latour, 2005) se tiende a especificar los distintos modos en que los actores, en condiciones semejantes, se posicionan en los conflictos y construyen redes flexibles para trascender los condicionamientos estructurales. Por eso, nos interesa conocer las estrategias y tácticas con que los jóvenes buscan crearse empleos, desplegar nuevas vías de creatividad y sociabilidad, agruparse en torno a proyectos que les den oportunidades mayores que las existentes en una sociedad estancada. Encontramos actualmente, sobre todo en ciudades grandes y medianas de México, usos no convencionales de los capitales educativos, culturales y tecnológicos por parte de los jóvenes que les dan competencias distintas a las previstas por la historia social.

Para comprender la reubicación de las nuevas generaciones es necesario tomar en cuenta los cambios en la producción y difusión cultural (artística, editorial, musical y comunicacional) de las últimas tres décadas. Vivimos una transformación radical: la sustitución del sistema fordista por una economía neoliberal; la modificación auto-

Escaneado con CamScanner

matizada de los procesos productivos, con flexibilización laboral y nuevas formas de creatividad, acceso tecnológico y concentración empresarial. La mutación es comparada con la que se vivió al pasar de una economía agrícola a una industrial: aquella se sustentó en los recursos naturales y el uso de la fuerza física de trabajo. Se nos dice que la actual transformación está sustentada en la inteligencia, el conocimiento y la creatividad (Boltanski y Chiapello, 2002; Sennett, 2006; Florida, 2002).

Los actores más innovadores son los que están rediseñando las maneras de trabajar, difundir sus productos y consumir. La creatividad, como recurso decisivo para lograr ventajas competitivas, ha penetrado las industrias –las automovilísticas, las de productos alimenticios o los servicios, e incorpora los medios de comunicación y los movimientos de la moda–. No se puede ya reducir la creatividad a la producción de invenciones impresionantes, productos o firmas novedosas. Autores como Arjun Appadurai (2001: 21) y Richard Florida sostienen que la *imaginación creativa* ha dejado de estar solo en manos de los agentes de campos especializados, como el artístico, para formar parte del trabajo cotidiano de la gente común (Florida, 2002: 5). Se observa una interacción constante entre creatividad tecnológica, económica, artística y cultural: estas distintas formas de creatividad convergen, notoriamente, en industrias como el diseño computacional y gráfico, la música y la animación digitales.

Se habla entonces de una "clase creativa" o una "economía creativa", que en Estados Unidos y Europa abarcarían del 25 al 30% de la fuerza laboral. Florida se refiere con estas expresiones al ascenso de un nuevo *ethos* creativo promovido por la expansión de valores encontrados antes solo en artistas, músicos, científicos o profesores ubicados en los márgenes económicos del modelo prece-

Escaneado con CamScanner

dente de trabajo y ocio. En la actualidad, ciertas maneras de trabajar y vivir el tiempo libre se habrían movido de los márgenes al *mainstream* económico. Además de reordenarse los vínculos entre horarios de trabajo y tiempo libre, se busca trabajar con atmósferas estimulantes, autogestión y el reconocimiento de los pares. No obstante, él –como otros autores– asocia la economía creativa con una mayor presión social, así como con mayor inseguridad y precarización.

Las experiencias ambivalentes o contradictorias con las pretendidas ciudades creativas y las críticas hechas a las nociones de "economía creativa" o "clase creativa" (McRobbie, 2007 y 2010; Rowan, 2010) obligan a ser muy prudentes en el uso de estos términos. Hemos preferido partir de un seguimiento etnográfico y de entrevistas en profundidad a actores elegidos, mediante la técnica de la bola de nieve, a figuras clave de las artes visuales, las editoriales independientes y las prácticas musicales y digitales en la Ciudad de México, con el fin de conocer sus autodescripciones de la creatividad, los nuevos tipos de trabajo y modelos de negocio, las redes en que se inscriben o que inventan. Ante la falta de censos de artistas, músicos y editores independientes en México, o estadísticas confiables sobre sus actividades y lugares de inserción, fuimos realizando observaciones etnográficas en instituciones, empresas y escenas de actuación para identificar a los protagonistas o figuras de referencia. Delimitamos de este modo una muestra discreta y representativa no solo de los sujetos, sino también de los vínculos que les confieren significado y valor. Obtuvimos así para cada una de las tres áreas indicadas mapas de los actores más reconocidos por los pares, espacios de formación y desempeño profesional, eventos o escenas, proyectos y centros culturales sobresalientes. A los individuos o grupos seleccionados

Escaneado con CamScanner

les realizamos entrevistas en profundidad destinadas a registrar sus trayectorias, experiencias, lugares de actuación e interacciones preferentes. Se efectuaron, a partir de esa información, seguimientos etnográficos en inauguraciones, ferias, conciertos, festivales y comportamientos cotidianos.

Definir estos conjuntos sociales también plantea incertidumbres en la bibliografía internacional. Algunos autores los denominan *trendsetters,* otros *emprendedores culturales,* otros *sujetos creativos,* otros *trabajadores precarios.* Hemos tomado en cuenta esas referencias en la identificación y observación de los actores y comportamientos, tratando de no forzar sus propios modos de describir y enunciar sus acciones. Más que delimitar un universo poblacional homogéneo nos interesa captar procesos, prácticas y discursos reveladores de formas novedosas de hacer y comunicar la cultura.

En la mayoría de los casos analizados en este libro se trata 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. 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 obligan a combinar las tareas creativas con actividades secundarias. En Francia, donde se los llama "intermitentes", se caracteriza su actividad como "discontinuidad continua", en la que se suceden "compromisos y proyectos" (De Heusch, Dujardin, Rajabaly, 2011: 23).

El presente estudio se realizó con un equipo de investigación interdisciplinario, formado por especialistas que se

Escaneado con CamScanner

ocuparon de artes visuales (Verónica Gerber, Carla Pinochet y Néstor García Canclini), editoriales independientes (Raúl Marcó del Pont y Cecilia Vilchis) y música (Claudia Jiménez y Julián Woodside). Los coordinadores de la investigación, Néstor García Canclini y Maritza Urteaga, participamos en las actividades de campo de los tres grupos y elaboramos en un seminario conjunto con los investigadores de cada área el material obtenido. El estudio se realizó con el financiamiento de la Fundación Carolina y en el marco de la Universidad Autónoma Metropolitana de la Ciudad de México. Agradecemos a ambas instituciones el apoyo proporcionado, así como a los artistas visuales, editores independientes, músicos, directivos institucionales y promotores culturales que dieron generosamente el tiempo de sus entrevistas y permitieron la observación etnográfica de sus actividades. También debemos reconocer que en una segunda etapa del presente estudio, aún en proceso, pudimos recibir opiniones y perspectivas de análisis muy sugerentes al confrontar nuestros resultados, obtenidos en la Ciudad de México, con el grupo de investigación coordinado por Francisco Cruces en la Universidad Nacional de Educación a Distancia, que trabaja sobre "Prácticas emergentes de jóvenes en Madrid".

Iliria Unzueta, Jennifer Rosado y Javier Yankelevich formaron parte del grupo de investigación, llevando la gestión, las búsquedas bibliohemerográficas, tareas editoriales e interinstitucionales, así como aportando sus propias experiencias de investigación.

Las recientes transformaciones en el ámbito artístico, editorial y musical deparan un escenario complejo para las nuevas generaciones. Las competencias académicas tradicionales que solían ser suficientes para desenvolverse profesionalmente requieren, cada vez más, de formas complementarias de aprendizaje vinculadas a la capaci-

Escaneado con CamScanner

dad de asociación y trabajo colectivo, la autogestión de la producción, distribución y consumo, la disponibilidad para emprender proyectos temporales y la habilidad para participar de redes digitales a nivel nacional e internacional. Estas son las cuestiones que intentamos explorar en los próximos capítulos.

Bibliografía

Alatriste, Sealtiel (1999): "El mercado editorial en la lengua española", en Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, México, Grijalbo.

Appadurai, Arjun (2001): *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, México, Trilce, Fondo de Cultura Económica.

Calderón, Verónica (2010): "La juventud pérdida de Latinoamérica", *El País*, 13 de agosto, p. 6.

Boltanski, Luc y Eve Chiapello (2002): *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Akal.

De Heusch, Sara; Anne Dujardin y Héléna Rajabaly (2011): "L'artiste entrepreneur, un travailleur au projet", *L'artiste un entrepreneur? Collectif sous la direction du Bureau d'études de SMartBe*, Bruselas, Les Impression Nouvelles, SMartBe.

Díaz Garza, Felipe (2007): "De cumpleaños y mausoleos", *Reforma*, 1 de diciembre.

Florida, Richard (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 (2000): "Diarios locales, ¿miradas globales? La información cultural en periódicos mexicanos", *Etcétera*, noviembre, pp. 38-52.

Escaneado con CamScanner

García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras (2006): *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI.

Hopenhayn, Martín (2008): "Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana", en *Pensamiento Iberoamericano*, n° 3, pp. 49-71.

Instituto Mexicano de la Juventud (2007): *Jóvenes mexicanos. Encuesta Nacional de Juventud 2005*, México, IMJUVE.

Latour, Bruno (2005): *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", disponible en: <http://eipcp.net>.

— (2010): "Industria cultural", en *Ideas recibidas. Un vocabulario para la cultura artística contemporánea*, Barcelona, Actar.

Reguillo, Rossana (coord.) (2010): *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica, Conaculta.

Rowan, Jaron (2010): *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*, Madrid, Traficantes de sueños.

Piedras, Ernesto (2009): *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, Conaculta, SOGEM, SACM, CANIEM.

Sánchez Ruiz, Enrique (1998): "El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual", en Julianne Burton-Carvajal, Patricia Torres y Ángel Miquel (comps.), *Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*, México, Universidad de Guadalajara, Instituto Mexicano de Cinematografía.

Escaneado con CamScanner

Sennett, Richard (2006): *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo,* Barcelona, Anagrama.

Tolila, Paul (2007): *Economía da cultura,* San Pablo, Editora Illuminuras.

Ugalde, Víctor (2004): "Cine mexicano, a diez años del TLC", *INFODAC,* suplemento Especial, Buenos Aires, Directores Argentinos Cinematográficos.

Yúdice, George (2002): *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global,* Barcelona, Gedisa.

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST OMNIUM SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

CAPÍTULO I

COMPENDIO PARA CIEGOS (O DÓNDE BUSCAR EL RELATO DE UNA GENERACIÓN INVISIBLE)

Carla Pinochet Cobos
Verónica Gerber Bicecci

La escena de las artes visuales en la Ciudad de México experimenta, desde hace algunos años, una serie de aceleradas transformaciones que han expandido sus límites y diversificado sus propuestas, dando lugar a una agenda artístico-cultural nutrida y heterogénea. En este florecimiento de iniciativas se ensayan nuevas estrategias de creación, producción y comunicación de proyectos artísticos que parecen desconocer los efectos de las crisis económicas recientes y sus consabidos recortes presupuestarios. El mundo del arte de la Ciudad de México nunca había estado compuesto de tantas galerías como las que existen en nuestros tiempos, tantos programas institucionales dedicados al arte contemporáneo, tantas publicaciones –impresas y virtuales– como las que se editan actualmente, tantos apoyos y patrocinios, tantos espacios independientes.

Siguiendo la pauta de los procesos globales, la efervescencia de estos circuitos artísticos es, en parte, el resultado de un nuevo ordenamiento en las fuerzas impulsoras de la producción, gestión y distribución de las artes

Escaneado con CamScanner

visuales locales. Aunque el Estado mexicano desempeña –sobre todo si lo observamos dentro del panorama latinoamericano– un papel considerable en la promoción y el financiamiento de la esfera artística y cultural, ni siquiera los museos ni las instituciones públicas pueden concebir actualmente su programación anual sin la sustanciosa contribución de las entidades privadas. El aporte de las instancias corporativas al desarrollo artístico nacional cubre un amplio rango de iniciativas, que van desde programas de formación y apoyo a la producción, a políticas sostenidas de adquisición de obra.

El peso de los nuevos actores que intervienen en el campo de las artes visuales nos lleva a problematizar las dinámicas mediante las que se elaboran las políticas culturales en estas materias, y siembra interrogantes en torno a las nuevas definiciones que adquiere la acción pública y la privada. En la actualidad, la veleta de la producción, distribución y consumo artístico no solo se mueve como producto de las pautas dictadas por el Estado benefactor, sino que también se deja empujar por la intervención corporativa, los vaivenes del mercado, la agenda de los medios y las propuestas de sectores independientes. La política cultural no puede restringirse, en estos ámbitos, a una política pública en el sentido tradicional del término; necesita, más bien, una definición amplia que permita visualizar no solo la dimensión multisectorial que esta presenta (García Canclini, 1987), o el carácter conflictivo que puede derivar de la confluencia de diversos actores sociales sobre un mismo objeto (Escobar, 1999), sino también aquellos escenarios en los cuales el desarrollo cultural es producto de mecanismos no del todo deliberados ni programables, que resultan de la interacción no completamente articulada de procesos diversos: las "tendencias". La aparición de algunas iniciativas jóve-

Escaneado con CamScanner

nes, como veremos hacia el final de este texto, nos sitúan en un umbral todavía opaco, que obliga a problematizar las nociones de lo público y lo privado en la contemporaneidad.

Las artes visuales mexicanas de nuestros tiempos se muestran más permeables que nunca a disciplinas adyacentes como el diseño, la publicidad, la arquitectura o las comunicaciones, y en torno a sus manifestaciones se congrega un importante número de actividades y eventos que las vinculan estrechamente con la vida social y las tendencias culturales. Sin embargo, y aunque *hoy las artes visuales aparecen en las revistas de moda*, esta apertura hacia otros territorios no ha logrado, como en otros sectores creativos, difuminar completamente los límites que la estructuran como *campo* en el sentido de la teoría de Pierre Bourdieu. El trabajo etnográfico realizado a lo largo de estos meses de investigación permite observar todavía en el mundo de las artes visuales de la Ciudad de México trazas de esa red de relaciones objetivas entre posiciones de la que hablaba Bourdieu, articuladas en torno a una serie de intereses transversales relativos a la existencia misma del campo (Bourdieu, 2002a). Ciertos elementos centrales de la teoría de Bourdieu presentan aún gran capacidad explicativa en una escena artística donde permanece clara la frontera entre los iniciados y los legos. Así también las numerosas desavenencias generacionales que pudimos registrar en entrevistas y testimonios se dejan aprehender con facilidad como conflictos de definición entre los "recién llegados" y los "dominantes", en la medida en que "cada cual trata de imponer los límites del campo más propicios a sus intereses" (Bourdieu, 2002b: 330).

Aun si estas dimensiones jerárquicas siguen estando presentes, hemos podido constatar que ciertas prácticas artísticas contemporáneas requieren de otras herramien-

Escaneado con CamScanner

tas conceptuales para su adecuada comprensión. El campo de las artes visuales de la Ciudad de México se caracteriza, sobre todo, por la amplia gama de iniciativas heterogéneas que lo componen, muchas de ellas basadas en estrategias de cooperación interdisciplinaria e intergeneracional. La noción de *mundos del arte*, desarrollada por Howard Becker en los años ochenta, nos permitiría aproximarnos a este tipo de prácticas colaborativas que, aunque en su gran mayoría sean efímeras, suelen dar lugar a formas de organización y actividad colectiva a largo plazo (Becker, 2008). Un marco conceptual de esta índole, que significativamente opta por el plural para hablar de los *mundos del arte*, nos permite, además, visualizar esa multiplicidad característica de los circuitos artísticos locales.

De este modo, las artes visuales conforman un campo cultural en transformación, en el que confluyen estructuras tradicionales y nuevos procesos de creación, distribución y consumo artístico, exigiendo herramientas conceptuales flexibles y comprensivas. En la línea de lo planteado por Nathalie Heinich, hemos intentado "dejarnos guiar por los desplazamientos de los actores" (2001: 102) en sus propios mundos, poniendo atención a los modos múltiples en que estos asignan importancia a los distintos momentos del proceso artístico "para asegurar su relación con el arte y su valor".

Siendo nuestro objeto de estudio las nuevas estrategias y recursos que movilizan los jóvenes en la actualidad para insertarse en el mundo del arte de la Ciudad de México, elegimos como punto de partida una encuesta realizada a diversos actores activos en el medio artístico, con el propósito de identificar un conjunto significativo de personas –artistas, curadores, galeristas, directores de instituciones, gente de medios, agentes corporativos, etc.– a quienes entrevistar en profundidad. Tuvimos la opor-

Escaneado con CamScanner

tunidad de conversar detenidamente con alrededor de sesenta personalidades involucradas directamente en el mundo del arte joven y los invitamos a elaborar de modo dialógico una suerte de diagnóstico de las condiciones que actualmente atraviesa esta generación. Procurando cubrir en nuestras entrevistas la vasta gama de expresiones diversas que conviven en el mundo del arte joven contemporáneo, obtuvimos un conjunto de testimonios y percepciones que atestiguan el carácter dinámico y heterogéneo del medio. Finalmente, presentamos los resultados generales de la investigación en tres mesas temáticas de trabajo compuestas por un número discreto de jóvenes con diferentes perfiles profesionales, cuyas perspectivas particulares pudieran ser un aporte a la discusión en torno a los nuevos desafíos de la educación en México (Mesa 1); los nuevos agentes culturales en la escena artística mexicana (Mesa 2); y el trabajo en red: innovación, tendencias y cruces interdisciplinarios (Mesa 3).

Esta aproximación desde una sociología descriptiva nos ha llevado a descubrir que los múltiples procesos que se están fraguando en el mundo del arte joven actual no pueden ser reducidos del todo a una estructura jerárquica y totalizadora como la idea de campo. En sintonía con los hallazgos de los otros sectores creativos que cubre esta investigación, hemos podido constatar que la escena del arte joven es, en realidad, muchas escenas diversas que presentan vínculos e interconexiones entre sí, y que conviene distinguir su pluralidad y heterogeneidad. Son múltiples las instancias en las que se moviliza lo joven, en las que se disputan sus significados y en las que se reconfiguran sus límites, y es ese carácter complejo el que nos invita a adoptar conceptos más fragmentarios y en menor escala, como "escenas", "entornos" o "circuitos".

Escaneado con CamScanner

Un desafío particularmente difícil de afrontar para esta investigación ha sido la incorporación de una perspectiva amplia, capaz de nutrir con información cuantitativa y datos más generales el trabajo que hemos venido haciendo desde el nivel de los actores. Son pocos los estudios consistentes y actualizados que se ocupan desde esta óptica del consumo cultural y sus aportes a las economías nacionales y globales, y menos aún en un campo tan difícil de ponderar como es el de las artes visuales. En América Latina, más allá de la implementación de algunos Observatorios Culturales en unos pocos países de la región, han sido escasas las instancias promovidas desde las estructuras gubernamentales para la investigación de estas tendencias, con miras a orientar las políticas específicas para estas áreas de desarrollo (García Canclini, 2005). Todo ello tiene como resultado una tenaz brecha entre la poca información macroeconómica existente en estas materias y los muchos y dispersos registros de datos cualitativos sumamente específicos, entre los que podemos contar un importante número de catálogos y pequeñas publicaciones que dan cuenta de programas e iniciativas artísticas sin duda interesantes, pero aislados y descontextualizados. Este texto intenta construir, desde el mosaico de percepciones y experiencias que hemos ido obteniendo en un año de investigación de campo, una radiografía de los escenarios jóvenes que, en sus cruces e intersecciones diversas, dan lugar a un mundo del arte en permanente movimiento y transformación.

¿Una industria global?

Para comprender los procesos de florecimiento que caracterizan la oferta artística contemporánea es necesa-

Escaneado con CamScanner

rio retroceder algunos años en el tiempo. Hacia fines del siglo XX, comienza a adquirir visibilidad una generación de jóvenes artistas y agentes culturales que se desmarca del sello nacionalista de sus antecesores, en una búsqueda expresiva que dialoga con ciertas corrientes teóricas del medio internacional y que ha sido sintetizada bajo el nombre de "neoconceptualismo". En este entorno, que se articulaba a partir de una serie de espacios independientes y autogestionados, circulaba una noción menos programática de la política y una visión menos solemne del arte contemporáneo. Se trataba, de acuerdo con las palabras de uno de los protagonistas de estos circuitos, de antros, antes que nada, "divertidos", en los cuales "la frontera entre el relajo y las obras artísticas era tenue" (Abaroa, 2010). La nueva producción artística tenía lugar, en ese entonces, fuera de las instancias institucionales y oficiales, lo que les ofrecía cierta libertad de experimentación y los desafiaba a encontrar sus propios canales de distribución. Hasta los años previos al cambio de siglo, nos comenta un destacado agente institucional de la escena, se trataba de "una producción artística que se miraba a sí misma de manera gozosa".

Múltiples son los factores que contribuyeron al proceso de internacionalización de esta producción artística. Algunos autores han apuntado ciertas condiciones internas que habrían potenciado esta apertura hacia el escenario global, señalando que se trataba de una generación de gran "empatía con los códigos de visibilidad internacionales", y de una mayor adaptabilidad a los "sistemas de circulación y patrocinio" (Reynoso, 2010: 14). También las dinámicas del sistema artístico internacional estaban transformándose, incrementando su receptividad a este tipo de proyectos. Para ese entonces, varios nombres de artistas locales –o establecidos en la Ciudad de México–

Escaneado con CamScanner

circulaban con fuerza en museos metropolitanos de alta resonancia internacional. "Regresé a México a investigar sobre arte contemporáneo –nos dice una curadora extranjera al relatar la atracción que ejercía la apuesta mexicana en el exterior–, porque me di cuenta en Nueva York del peso que tenía lo que estaba ocurriendo aquí". Ciertas exposiciones fundacionales que ocurren a lo largo de los años noventa instalaron una práctica artística mexicana en la expectativa internacional, reposicionando el valor y la función del arte también en el contexto mexicano. De la misma forma, se crearon vínculos con la vanguardia crítica internacional hacia el interior de la escena local, a través de programas curatoriales que –a pesar de los escasos recursos disponibles– convocaron a importantes figuras del pensamiento y la crítica contemporánea.

La visibilidad global que resulta de estos procesos estimula una importante reconfiguración del panorama interno de las artes visuales en México. En *el ámbito de las instituciones,* la lógica dinámica y flexible de los "espacios de artistas" se vuelve una estrategia profusa para intentar conectar los museos con la escena joven. Muchos de los equipos de trabajo de las instituciones comienzan a estar conformados por jóvenes profesionales directamente involucrados en los nuevos entornos creativos, los cuales encontrarán en esta experiencia institucional una instancia formativa crucial que les permitirá, en pocos años, posicionarse como la primera generación de curadores de arte contemporáneo en México. En *el mercado del arte,* con el significativo incremento en el valor comercial de las obras de muchos artistas de la generación de los noventa, emergió una amplia gama de galerías de arte contemporáneo, especialmente en zonas de la ciudad como la Roma y la Condesa. La expectativa de comercialización ejerce una importante presión sobre los artistas más jóve-

Escaneado con CamScanner

FACULTAD DE ARTES
SIB - UCE

nes, que ya desde los últimos años de la carrera de artes reciben tentadoras ofertas desde los circuitos comerciales. "Me ofrecieron entrar a una galería antes de mi último año de carrera, y para mí fue un conflicto –nos comenta un joven artista que hoy ronda los 30 años–. Agarraron lo que estaba en el cajón, se lo llevaron y lo colgaron". También en cuanto al papel de *los sectores corporativos* se experimenta un giro importante. Desde el mundo de las empresas no solo se dará lugar a políticas de coleccionismo que constituyen inyecciones de recursos primordiales para el mercado local, sino que también se financiarán programas educativos y de apoyo a la creación sostenibles en el tiempo, ya que no están sujetos a los vaivenes políticos de las instituciones. Algunos de nuestros entrevistados describen estos compromisos crecientes como la emergencia de una "cultura filantrópica", que ha descubierto en las artes visuales un lugar privilegiado para el ejercicio de la responsabilidad social empresarial; es necesario agregar, como contraparte de dicho proceso, que estos patrocinios y adquisiciones les ofrecen a las empresas otro tipo de réditos simbólicos, que utilizan para reposicionar sus marcas e imágenes corporativas.

Esta confluencia de recursos institucionales, comerciales y corporativos encuentran su punto álgido hacia mediados de la década de 2000. La significativa presencia de la producción visual mexicana en ARCO Madrid 2005, que parecía demostrar la incorporación exitosa de la escena artística local en los circuitos de exhibición y comercialización a nivel planetario, sucedió de manera paralela a la decadencia de los espacios alternativos que habían marcado el sello de la década anterior. Muchos de nuestros entrevistados coinciden en que a medida que se agotan los circuitos de investigación y experimentación estética, adquieren mayor prominencia los espacios de

Escaneado con CamScanner

autogestión comercial. Sus impulsores suelen ser jóvenes empresarios que han capitalizado redes de relaciones sociales y que utilizan sus conocimientos sobre el arte y la escena "para producir lógicas de visibilidad y demanda", tal como lo expresa un crítico y curador del medio. Ya no son la sede de fiestas improvisadas, pero tampoco corresponden exactamente a las galerías de décadas anteriores. Sin embargo, aun con un perfil claramente orientado a la comercialización, este tipo de espacios "parecen estar absorbiendo algunas de las actitudes experimentales de las galerías sin fines de lucro" (Hernández, 2010), albergando propuestas culturales diversas que conservan un espíritu independiente. Un caso elocuente en este sentido fue el proceder de la Galería Kurimanzutto durante sus años inaugurales, a lo largo de los cuales itineró por diversos espacios de exhibición –bancos, tráileres, edificios abandonados, estacionamientos– conforme a las necesidades específicas de los proyectos de sus artistas.

La gran mayoría de los protagonistas de esta transición confluyen en la misma autocrítica: la consolidación del arte contemporáneo mexicano vino aparejada de una ansiedad y un deseo de posicionarse internacionalmente, tanto en el caso de los artistas como en el de los agentes culturales. En grados y formas diversas, se desplazó el foco que había estado puesto en la experimentación e investigación hacia una búsqueda de la novedad y la expectativa. La atención y el mercado, que crecía en torno a las prácticas artísticas jóvenes, dieron pie, a los ojos de muchos, a una dictadura de la industria, en el marco de la cual la producción artística se vuelve homogénea y pobre en contenido. De acuerdo con dos renombrados galeristas de la ciudad, lo contemporáneo sería un aglutinador poderoso en torno al cual se viene formando "un mercado global donde la información fluye", y en el cual cada

Escaneado con CamScanner

vez intervienen más y nuevos actores e intereses. Esta visión no constituye, en absoluto, una opinión aislada: es la voz de una generación.

Estas afirmaciones nos sitúan en un terreno de preguntas. ¿Podemos hablar propiamente de una *industria* del arte contemporáneo en una ciudad en la que el 62,3% de los habitantes afirma no tener ningún interés por asistir a una exposición de artes visuales? Es cierto que en la literatura contemporánea acerca de las industrias culturales se utiliza este término –no del todo preciso– para aludir a las actividades económicas basadas en la creatividad (García Canclini y Piedras, 2006), y por tanto no deberíamos descartar el concepto solo porque se trate de producciones no estandarizadas ni serializadas por definición. Sin embargo, intentando mantener la atención en las connotaciones de la idea de "industria" en estas declaraciones, bien cabe interrogarse por su pertinencia en las distintas fases que atraviesan los bienes culturales: la producción, la distribución y, finalmente, el consumo. En este sentido, aunque difícilmente se pondrá en duda el carácter expresivo de la actual oferta cultural en lo que a artes visuales se refiere, parece sensato preguntarse acerca de la capacidad de convocatoria real que tiene esta diversificada agenda. Un joven curador de la escena explicita las dimensiones de estas propuestas simultáneas, identificando el inicio de este *boom* cultural en el año 2006: "Hoy mismo –apunta–, jueves, hay cinco inauguraciones a las que hubiera querido ir, y no puedo. Hay una sobreoferta impresionante". Y así como esa sobreoferta sigue siendo menor a las necesidades de producción de los artistas es, al mismo tiempo, mayor que la capacidad de respuesta del público de la Ciudad de México. Desde la trinchera institucional, ha sido un tema discutido que todavía no vislumbra una solución. La directora de un museo al sur

Escaneado con CamScanner

de la ciudad señala que es una expectativa irrealizable el suponer que los públicos pueden atender a todos los emprendimientos que se ponen en marcha. "Todos los lugares tienen cine club, en todos los lugares dan charlas y en todos hacen talleres. [...] Llega gente con propuestas y haces todo el esfuerzo de promoverlo y de ubicarlo, y después vienen cinco personas. Quizás no hay suficiente vida cultural en este país como para sostener esta enorme oferta". Que la producción artística haya alcanzado un carácter industrial no ha tenido como correlato una industrialización similar en su distribución, la cual continúa apuntando a públicos selectos y elitistas concentrados en zonas específicas –y privilegiadas– de la ciudad. Como consecuencia, tampoco se experimenta una condición de industria en términos del consumo artístico, en gran medida por la escasez de programas de formación de público a nivel local y nacional. No obstante, en los últimos años hemos presenciado algunas experiencias que parecen indicar que la democratización del arte contemporáneo es posible: el Laboratorio Arte Alameda ha contado hasta tres mil personas en una jornada de inauguración, y el Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC) ha llegado a contabilizar hasta nueve mil visitantes los fines de semana (Reynoso, 2010).

Por otra parte, es preciso también examinar el mencionado estatuto global de las prácticas artísticas contemporáneas. Diversos procesos preparan el camino de las dinámicas de la globalización; no solo a nivel internacional, sino también en el propio desarrollo de la escena visual de México. La generación del neoconceptualismo inauguró una era en la que las problemáticas nacionalistas que habían ocupado a sus predecesores perdieron centralidad e importancia. Se trata de artistas que ya no están implicados en la lógica del arraigo, el territorio y

Escaneado con CamScanner

la identidad, y que dejan de percibir lo político como un problema propio. Con su emergencia, nos relata un entrevistado, "se debilita la base social y política de la experiencia estética, a cambio de construir una base mucho más cultural y generacional". Y aunque la circulación y presencia internacional que esta generación de artistas ha tenido en los últimos años parece confirmar este nuevo estatuto, cabe todavía hacerse algunaspregunta: ¿son esos flujos efectivamente globales para todos los actores involucrados? Como ha apuntado Arturo Escobar respecto de las teorías de la globalización, suele asumirse con demasiada facilidad la predominancia de las condiciones globales en contextos integrados a las dinámicas exteriores. Tiende a imaginarse "un mundo sin lugares en el cual las 'culturas locales' son tan solo una manifestación de las condiciones globales" (Escobar, 2007: 2). Y aunque en más de una ocasión nuestros entrevistados aseveraron que "el arte contemporáneo es igual en cualquier parte del mundo", o que "el arte es una gran industria, un fenómeno globalizado", las prácticas que hemos podido documentar entre los jóvenes artistas mexicanos no pueden comprenderse del todo desde las dinámicas planetarias. Ciertamente, tienen acceso a través de los nuevos medios y las facilidades de la interconexión contemporánea a producciones artísticas de diversas partes del globo, y muchos de ellos han podido viajar a exhibir su trabajo a ciudades lejanas, sobre todo en Europa y Sudamérica. Sin embargo, casi siempre nos encontramos con que los jóvenes hoy construyen carreras artísticas con fuertes vínculos con su propia escena: la gran mayoría de becas y subvenciones que obtienen proviene de instituciones y empresas del ámbito local; sus redes de trabajo están conformadas esencialmente por gente que conocen de modo presencial y con la que se encuentran en eventos y reuniones

Escaneado con CamScanner

cotidianas; y los acontecimientos locales siguen teniendo más peso y resonancia que aquellos que ocurren en otras partes del globo. La figura del artista global, encarnada por artistas como Gabriel Orozco, no alcanza a ser más que una lejana promesa de éxito, dinero y circulación internacional que en nada se compara a la situación real que enfrentan los artistas jóvenes actualmente. Incluso aquellos que han logrado hacerse de un nombre deben combinar sus viajes y salidas con largas horas de trabajo en la Ciudad de México. "Este año ha estado de locos –nos cuenta un joven artista mexicano con galería en Nueva York–, me lo he pasado como el *jet set*, pero de *jet set* no tengo nada. He viajado muchísimo, pero realmente no tengo un quinto. Te pueden pagar el boleto, o el hospedaje, o la producción... la comida nunca me la han pagado. Y acabas gastando tú, sin darte la gran vida de turista, tampoco".

Circuitos del arte, circuitos urbanos

Desde los añorados tiempos de Temístocles 41, La Panadería y otros espacios independientes emblemáticos de los noventa, la geografía de las artes visuales en México ha experimentado procesos significativos. En el marco de dinámicas más amplias de gentrificación urbana, ciertos sectores de la ciudad se han convertido en referencias indispensables para las prácticas artísticas contemporáneas, así como para otros sectores e industrias culturales. La proliferación de la movida artística de los últimos años y su concentración en ciertos barrios de la Ciudad de México han ido de la mano de una activación de circuitos urbanos vinculados a un tipo específico de turismo cultural.

Escaneado con CamScanner

Las colonias Roma y Condesa constituyen un claro ejemplo de estas transformaciones. No es posible entender el nuevo perfil urbano de este barrio sin considerar los desplazamientos sucedidos dentro de las prácticas artísticas contemporáneas. Algunos entrevistados apuntan, en este sentido, que el surgimiento del *chico condechi* como nuevo sujeto en el panorama social capitalino es un producto directo del arte contemporáneo mexicano, y que sería necesario hacer una "microsociología de la Condesa" para terminar de comprender las condiciones que hicieron posible la emergencia de este tupido corredor de expresiones culturales. Aunque se oigan innumerables voces críticas que condenan el estrecho vínculo que las artes establecen hoy en día con la industria de la moda y las tendencias, lo cierto es que estos cruces han logrado posicionar una demanda por ciertos productos culturales que antes no existía. Ocho o diez años atrás –recuerdan nuestros informantes–, no había en la Ciudad de México un sector de galerías de arte como el que hoy día atraviesa este circuito: "Eran contadas con los dedos de la mano. Había una en Polanco y una en la Condesa", nos dicen. Estimuladas también por la gran cantidad de talleres de artistas que había en la zona, estas colonias se poblaron no solo de galerías, sino también de centros culturales, tiendas de ropa, diseño y música, *open studios*, restaurantes y cafés con salas de exhibición, etc. En la actualidad, esta diversidad de apuestas ha alcanzado un importante nivel de coordinación que podemos observar periódicamente en el llamado "Corredor Roma-Condesa", evento que reúne "los espacios culturales y galerías" emplazados en la zona "que están marcando la pauta del arte en México" (Corredor Roma Condesa, 2011). De forma un poco más espontánea, también las noches de inauguración en la colonia Roma se convierten en un recorrido urbano: "Sabes

Escaneado con CamScanner

que si hay inauguración de Border, de ahí te vas a la Nina Menocal o La Miscelánea. Todas se pusieron de acuerdo para inaugurar el mismo día. Caminando diez cuadras, no ves solo una exposición, sino que ves cinco". Este tipo de sinergias hacen de estos circuitos urbanos una oferta cultural atractiva.

De alguna manera, podemos pensar este florecimiento comercial como la apertura de las artes visuales a una lógica de consumo más masiva y accesible, que desplaza una concepción del arte en tanto producto solemne de la cultura docta, para comenzar a entenderlo como *estilo de vida* al cual se accede mediante el consumo. La Condesa, como producto de consumo cultural, significa justamente la posibilidad de participar de aquel ambiente artístico e intelectual, donde es posible conectarse con una escena cosmopolita, y donde se crean y reproducen las tendencias locales. Utilizando conceptos de la mercadología contemporánea, podemos afirmar que la Condesa conforma la zona *hipster* de la ciudad, y que ello no sería posible sin la particular intersección que muestran las artes visuales en este sector con el diseño, la moda, la música, la gastronomía y otras "industrias culturales" de pequeña escala. En las palabras de un curador del medio: "Si algo representa la condición industrial y de consumo, la conversión del gusto del arte contemporáneo en espacio vital y social, sin duda, eso es la Condesa". Se trata de una relación recíproca: los gestores culturales y jóvenes empresarios del mundo del arte han utilizado para su provecho la existencia de tales corredores urbanos, pero también han visualizado la necesidad de invertir en la propia escena y apostar por proyectos culturales de calidad para fortalecer estos circuitos.

También otros sectores de la ciudad han involucrado al arte contemporáneo en el reposicionamiento de su imagen urbana. La renovación del Centro Histórico de la

Escaneado con CamScanner

Ciudad de México, activada desde principios de la década de 2000 con el objeto de revitalizar una zona que, a pesar de su potencial turístico, presentaba graves problemas urbanos, encontró en las artes visuales un mecanismo para dotar de capital simbólico a zonas marginalizadas y edificios derruidos. La Fundación del Centro Histórico y otras fundaciones afines, financiadas con los recursos privados de uno de los hombres más ricos del mundo, ocuparon un papel significativo en el despliegue de este tipo de estrategias de revaloración urbana: se ofrecieron rentas accesibles en antiguos edificios remodelados a artistas e intelectuales; se edificaron espacios ciudadanos orientados a la promoción de la cultura y las artes a nivel vecinal; se promovió la construcción de corredores peatonales en torno a los centros culturales de la Fundación; e incluso se les entregaron, en concesión temporal, algunas viejas casas de la zona a jóvenes artistas para que realizaran allí exposiciones y eventos culturales. De aquellas experiencias artísticas alternativas, un artista joven que para entonces aún no egresaba de la escuela, recuerda: "Nos decían: 'Aquí hay una casa, hagan algo con ella. Nosotros los ponemos en un *flyer*'". Algunos proyectos autogestionados lograron entroncar sus esfuerzos, de manera independiente, a estas iniciativas: Casino Metropolitano es uno de ellas. El cambio de plusvalía que experimentó el Centro Histórico permitió a un edificio de 100 años de antigüedad convertirse en una plataforma de exhibición y encuentro para la generación emergente. En un formato más flexible que el de las instituciones formales, pero a la vez ofreciendo unos privilegiados 600 metros cuadrados para la exposición de piezas artísticas, Casino Metropolitano logró ofrecer un espacio para la producción y exhibición jóvenes en un vecindario de edificios institucionales emblemáticos.

Escaneado con CamScanner

Otros emprendimientos han optado por instalarse de forma satelital en barrios emergentes, como las colonias San Rafael y San Miguel Chapultepec, y un nuevo perfil de iniciativas artísticas parece estar generándose en Polanco, una acaudalada zona de la ciudad donde solían emplazarse las galerías de arte "a la antigua", orientadas abiertamente a las élites sociales y económicas del país. Los actores principales detrás de este giro, que provienen del mundo corporativo, están inyectando importantes capitales en la activación de este eventual "corredor cultural". Dos hitos recientes ilustran este fehaciente interés del mundo empresarial por involucrarse en este campo: la apertura en 2011 del monumental Museo Soumaya, diseñado por Fernando Romero y financiado por Carlos Slim, y la próxima inauguración de las nuevas instalaciones de la Fundación/Colección Jumex, diseñadas por David Chipperfield, que se esperan para comienzos de 2013 (Hernández, 2010).

Sin embargo, la efervescencia de los círculos urbanos de carácter privado contrasta con los balances que se realizan desde las instituciones. "La mayoría de los jóvenes no conocen el museo, pero sí conocen la feria", nos dice un curador del ámbito institucional. Y es que la capacidad que ha demostrado la iniciativa privada –espacios independientes y corporativos, con y sin fines comerciales– para construir alianzas en pos de un posicionamiento de sus circuitos urbanos, está casi del todo ausente en esta esfera. Algunos museos situados en el sur de la ciudad, como el Museo de Arte Carrillo Gil, se quejan de la desventaja comparativa que les significa esta lejanía, y esperan que la presencia de un proyecto a gran escala como el MUAC permita generar un contrapeso para esta zona del Distrito Federal. En la Sala de Arte Público Siqueiros, ubicada en una calle residencial de la zona de Polanco,

Escaneado con CamScanner

dicen tener que "luchar por el público". Desde dentro de las instituciones, los jóvenes abogan por la implementación de estrategias conjuntas que sean favorables para todos, en lugar de continuar disputándose a los públicos: "Yo me he peleado mil veces porque hay un evento en el MAM (Museo de Arte Moderno), otro en el Tamayo, otro en la SAPS, y otro en Casa del Lago. '¿Quién va a venir al mío?' Me pregunto por qué no podemos sentar a todos los jefes de prensa para que se pongan de acuerdo". La alta concentración de espacios institucionales en ciertas zonas, como es el Bosque de Chapultepec, ofrece condiciones idóneas para la creación de un circuito artístico. En el Distrito Federal, afirman nuestros informantes, "la gente siempre participa" cuando existe una buena idea detrás. Como advierten rápidamente los extranjeros que visitan la ciudad, cualquier excusa –el arte, el deporte, la cultura– es buena para reunir a las personas en torno a los espacios urbanos. "Tú abres el museo de noche y siempre llegan. Lo toman como entretenimiento".

Artistas jóvenes emergentes: ahora y entonces

El escenario que deben enfrentar los artistas y gestores culturales jóvenes, que hoy tienen entre veinte y 36 años, es sustancialmente diferente al que conocieron generaciones anteriores. Su formación e inserción en el medio no puede desconocer la presencia ubicua del mismo y la reformulación simbólica de las artes visuales en el marco del consumo cultural. En las largas conversaciones que sostuvimos con muchos artistas y agentes de esa generación anterior, vimos aparecer una y otra vez el mismo diagnóstico desencantado acerca de los más jóvenes. Se refieren a las generaciones jóvenes en términos de con-

Escaneado con CamScanner

formismo y poco compromiso, y señalan repetidamente que los artistas más jóvenes no buscan sino insertarse en canales ya establecidos –los que ellos pelearon, planearon y sostuvieron–, en lugar de construir sus propios espacios para la producción y la experimentación. Las principales preocupaciones de estos jóvenes, desde esta perspectiva, son la distribución y el mercado, pues piensan en las artes visuales a través del consumo.

En torno a esta intuición generalizada se multiplican los discursos de la incomprensión. De acuerdo con la generación adulta, nos enfrentamos a jóvenes apáticos que no han sido capaces de articular una identidad colectiva. "Los siento muy individuales –nos comenta un informante–, no hay una ubicación como generación. No ha surgido ningún proyecto autogestivo como en los noventa". Sus trabajos suelen ser de mala calidad –"superficiales", acusan– y utilizan fórmulas probadas para insertarse en los nichos del mercado (generalmente, las búsquedas expresivas del neoconceptualismo). La ansiedad por conquistar un lugar de visibilidad ha poblado la escena joven; nos explica una directora de museo: "Estoy viendo cómo se están filtrando malos discursos, malas producciones artísticas. No nos estamos deteniendo. La avidez por convertirse en curador y por producir arte o ser artista es tal, que las metidas de pata son trascendentales". Por otra parte, hay quienes ni siquiera logran distinguir su presencia y aporte en la escena: "No los reconozco. No lo veo por ninguna parte". Lejos de la actitud contestataria con la que la generación de los noventa recuerda las iniciativas que emprendieron en su juventud, hoy los jóvenes quieren ser parte del sistema, tener una galería y exhibir en circuitos internacionales. "El conformismo del que peca la generación actual, de gente nacida de los ochenta para acá, es bastante fuerte. Todo está muy

Escaneado con CamScanner

asentado, las estructuras de poder están muy firmes", nos comenta el director de un espacio ubicado en la Roma. Desde esta nostalgia generalizada de los años noventa y sus espacios independientes, resulta difícil distinguir en la producción emergente alguna propuesta que aspire más allá del mercado.

Detrás de esta dificultad de comunicación intergeneracional encontramos brechas ideológicas, brechas formativas y, sobre todo, brechas de conectividad. La tecnología no solo ha modificado nuestra forma de relacionarnos con el mundo; también ha transformado las formas de producción artística, la manera en que los jóvenes se agrupan y forman equipo, y los modos en que elaboran propuestas y realizan sus proyectos. En cierta medida, también la tecnología ha intervenido en las formas en que se estructura el pensamiento y la acción en las nuevas generaciones. Un entrevistado desarrolló la relación entre la sensibilidad expansiva que estimula Internet y las redes sociales en los jóvenes, y un tipo de pensamiento "horizontal", conectivo, que intenta ir pasando de una liga a otra como en los hipervínculos de la red. La generación anterior –la suya– habría tenido una estructura de pensamiento en profundidad, hacia adentro, hacia abajo, mientras que los jóvenes actuales operan en la expansión del campo superficial. "Les cuesta mucho tener un pensamiento que podríamos llamar clásico, estructural". Un artista de esta misma generación utilizó dos funciones de atajo en los teclados de las computadoras para describir a la generación emergente: el comando "Control + Zeta", que equivale a la orden de "Deshacer"; y la noción de "*Copy/ Paste*", acción recurrente en la informática que quiere decir "Cortar y pegar". El "pensamiento que subyace a Internet" se habría diseminado hacia formas de vida no virtuales en las prácticas juveniles, acelerando ciertos

Escaneado con CamScanner

procesos que antes tomaban más tiempo y reflexión. Hoy se puede traer cualquier cosa al trabajo artístico y meterlo "sin digestión". O simplemente deshacer, ir atrás, sin mayores consecuencias. "Siento que son herramientas que nos han hecho pensar de otra forma, pero todavía estamos en un punto donde no acabamos de digerir. Como con un juguete nuevo... tratando de entender. Y es eso lo que está sufriendo este cruce de generaciones", agrega. El salto de lo analógico a lo digital en los procesos fotográficos, o el paso de las máquinas de escribir a los procesadores de texto computacionales, estarían condicionando nuevas formas de relación con el proceso artístico y sus temporalidades, promoviendo otras modalidades de pensamiento lógico. Una entrevistada del mundo educativo, por su parte, señaló que el impacto de las nuevas tecnologías en los jóvenes ha implicado una resistencia de parte de estos hacia el mundo físico: los museos, los libros, las bibliotecas, la copresencialidad. "Todo lo hacen a través de la red", comenta, señalando que tal vez sus intentos de hacerlos ir a los lugares bien pueden ser en vano: "Quizás Wikipedia va a ser más que suficiente para ellos".

Pero estos nuevos modos de relacionarse con el entorno, no necesariamente deben ser interpretados desde el individualismo y la falta de sentido de grupo. Hoy en día, en las escuelas de arte se encuentran nuevas formas de socialización e investigación en las que el profesor ya no es la única voz autorizada: Internet los provee de recursos de forma rápida y exenta de mediaciones. Los artistas que aún están formándose en las escuelas, "nacieron con Internet en su cuarto, lo que no les pasó a los de 25 o 26 años –afirma un joven artista y profesor–. Veo en ellos una lógica muy diferente, va a haber un cambio trascendental". Estas transformaciones son difíciles de procesar para una generación que todavía siente desconfianza acerca

Escaneado con CamScanner

de las nuevas tecnologías y tiene múltiples aprensiones respecto de sus usos: teme por sus derechos de autor y la seguridad de sus datos personales. Los más jóvenes son conscientes de que la información en Internet pareciera quedarse en la superficie, su relación más resuelta con estos recursos les permite hacer un uso múltiple de sus potencialidades. Ven en el *link*, el hipervínculo y en esa aparente ligereza de la información, la posibilidad de construir una red de conexiones útil para un entorno en el que cada vez es más necesario conformar equipos multidisciplinarios para la construcción de proyectos creativos. Un estudiante de La Esmeralda nos dice: "Siento que somos una generación que enaltece la cualidad *bluetooth*, es decir, estar abierto, con tu información transparente, lista para ser intercambiada y para recibir... Nos interesa la comunicación fácil y digerible; puede ser cierto que el resultado sea pobre en contenidos y que tenga fisuras y problemas, pero justamente para evitar eso, entre más grande sea la red, mejor".

La nueva generación reconoce la importancia e influencia de las prácticas artísticas que marcaron la década de los noventa en su propia producción. En efecto, muchos de estos jóvenes fueron o son alumnos de dichos gestores y artistas, y de ellos aprendieron metodologías de trabajo y conocieron las genealogías del arte. Existe, sin embargo, una necesidad de desmarcarse, sobre todo en los más jóvenes: "Los noventa son muy fuertes –nos comenta un estudiante de quinto semestre de La Esmeralda–. Hay figuras muy contundentes acerca de lo que significa ser artista. [...] Espacios como La Panadería, o todo el trabajo que ha hecho Cuauhtémoc Medina... aunque él habla de las 'otras historias', lo cierto es que ha generado una historia muy vertical, una forma muy vertical de entender lo que significa ser artista, o qué es el

Escaneado con CamScanner

arte contemporáneo. Yo creo que hay que pelear contra eso, encontrarle las fisuras y dejar la queja. Dejar de querer ser como ellos y generar lo que a nosotros en nuestras necesidades y contextos nos funciona. No vamos a hacer una Panadería, no queremos. Estamos en otra postura".

En las mesas de trabajo que convocamos en el mes de septiembre, pudimos confrontar a esta nueva generación de creadores y agentes con las enfáticas afirmaciones de quienes los preceden. Las diversas respuestas que obtuvimos parecían coincidir en un punto: aquello que ante los ojos de los mayores puede aparecer como un mero intento de *gathering* social y de visibilidad en el medio, muchas veces no es sino una búsqueda por tejer redes y hacer sociedades para el desarrollo del conocimiento artístico. "Para mí la primera necesidad es la de trabajar en un proyecto –nos apunta uno de ellos–. No es por conseguir visibilidad, sino por desarrollar cosas. Y entablar contactos para poder seguir haciendo cosas". Esta capacidad de entablar redes de trabajo y cooperación, como veremos más adelante, es considerada entre los jóvenes como un valor en sí misma. Por otra parte, afirman que gran parte de sus proyectos permanecen invisibles dada su naturaleza efímera, y esta no es una falla sino una posibilidad de hacer alianzas y tender cada vez más puentes en un acto de expansión. Nos dice un joven artista y gestor de proyectos: "Las condiciones y necesidades para mí se resumen como 'dinámicas': formas de relación o de trabajo que se están dando, diálogos entre curadores generando proyectos, artistas haciendo ediciones, etc. Hay un gran abanico. [...] Los proyectos son más efímeros: aparecen y desaparecen. Se hacen exposiciones en tal lado, y si tienes suerte duran tres días o una semana. Si son buenas, las vas a tomar como referente... y si no, se van a diluir igual que el espacio. Es menos la necesidad de proponer un espacio

Escaneado con CamScanner

concreto y sostenerlo. Estás en muchas otras cosas: entre que estás trabajando, generando proyectos y aparte estás estudiando. Sostener un espacio sin un *background* económico, o sin una beca como la Rockefeller está difícil. Lo que interesa ahora es más la experiencia en sí misma".

Competencias, habilidades y recursos. Un mapa generacional

Esta necesidad de desarrollar una estructura de puentes y conseguir contactos también responde al crecimiento poblacional que las disciplinas creativas han experimentado en los últimos años. Un destacado profesional de este medio nos comenta que su generación se multiplicó, brutalmente, respecto de quienes los anteceden, que a su juicio podían ser contados con los dedos de la mano. Sin embargo, afirma, este incremento generacional se transforma ahora en un problema de "exponencialidad geométrica", que evidentemente la institución no puede cubrir. Los programas destinados a la promoción del arte joven reciben, literalmente, cientos de carpetas, de las cuales solo quedan seleccionadas una o dos decenas de artistas. Así también ocurre con la programación de los museos y los espacios de exhibición, que aunque intentan incorporar propuestas de artistas jóvenes, simplemente no dan abasto. Las condiciones a las que se enfrentan hoy en día los jóvenes al salir de los centros formativos son, en muchos sentidos, más adversas que las que encararon las generaciones anteriores en sus respectivas inserciones en el mundo del arte. En consecuencia, también los perfiles profesionales requeridos por la escena contemporánea se han visto transformados, incorporando nuevas competencias y habilidades.

Escaneado con CamScanner

Un primer rasgo a destacar es el de la *capacidad autogestiva.* En cierta medida, esta siempre ha estado presente en la labor artística, cuyas precarias condiciones estimulan a recurrir a alternativas económicas para la producción. Tradicionalmente, el artista visual ha concebido su trabajo de manera independiente y autónoma, y ha requerido de cierta habilidad para conseguir fuentes de financiamiento y formas de distribución de sus piezas. Sin embargo, en la actualidad estos procesos de gestión adquieren nuevas modalidades que no pueden ser entendidas desde los mecenazgos convencionales. Por un lado, la diversificación de los soportes artísticos y los espacios de exhibición en el arte contemporáneo ha implicado nuevas negociaciones con distintos actores sociales, cuyas colaboraciones se vuelven relevantes para la ejecución de la obra: empresas que donan insumos y materiales artísticos, comunidades y transeúntes a quienes se les solicita colaboración en trabajos participativos, autoridades locales que otorgan los permisos correspondientes para el uso de espacios o la intervención de sitios urbanos. Por otra parte, las nuevas estrategias de posicionamiento corporativo han predispuesto al ámbito empresarial a involucrarse en el financiamiento de iniciativas artísticas y culturales, ofreciendo a los artistas una alternativa para costear sus proyectos que requiere de una gestión y negociación a título personal. Esta capacidad de autogestión se ve actualizada en tiempos contemporáneos en la medida en que así lo demanda la mayor parte de instancias claves de la formación de una carrera artística: las convocatorias a becas, apoyos y residencias obligan a los jóvenes artistas a elaborar un proyecto artístico, conseguir recursos o patrocinios paralelos, obtener recomendaciones de artistas connotados, comprometer espacios para la exhibición, etc. El sistema artístico actual exige una

Escaneado con CamScanner

capacidad de gestionar la propia imagen de acuerdo con fines y convocatorias específicas, consiguiendo apoyos de instancias diversas sin más ayuda que la propia iniciativa. Algunas escuelas de arte han incorporado, en años recientes, materias destinadas al aprendizaje de este tipo de habilidades. Aunque en ocasiones terminan por enfocarse en conocimientos rudimentarios e inútiles acerca de costos y presupuestos, otras veces se trata de enseñar redacción a los alumnos, instruirlos en la elaboración de proyectos para aplicaciones diversas, o mostrarles alternativas para presentar sus portafolios de trabajo. Muchos artistas consideran que estas atribuciones son parte de la tarea del artista: "Lo que produces dentro del taller como artista no está separado de eso otro. Cómo lo presentas en tu carpeta sigue siendo parte de tu trabajo; de cómo quieres que lo lea el otro". Algunos centros culturales se han especializado en ofrecer este tipo de talleres para jóvenes, con diferentes acentos, como el Centro Cultural Border, el Taller Multinacional, el Gimnasio de Arte y Cultura y SOMA.

Las nuevas condiciones del mundo cultural y la capacidad autogestiva de estos jóvenes, han devenido en el surgimiento de nuevas funciones y labores que a las generaciones mayores les cuesta trabajo entender. A pesar de que estos trabajos "inventados" no tienen nombre en las planillas institucionales, resultan prioritarios para el óptimo funcionamiento de las iniciativas culturales contemporáneas. Desde el mundo del arte tradicional, pareciera que estas tareas no son merecedoras de remuneración, ya que es difícil distinguirlas del ámbito del ocio y el esparcimiento: la administración de redes sociales en Internet es un buen ejemplo de ello.

Directamente vinculada a la autogestión se encuentra la capacidad de desarrollar simultáneamente una amplia

Escaneado con CamScanner

gama de actividades: una producción *multitask*. A diferencia de otras áreas artísticas como el teatro y el cine, donde la figura del productor ocupa un papel central en la gestión de la obra, los artistas visuales poseen una tradición de trabajo en solitario que los obliga a realizar todo tipo de actividades por su propia cuenta. Ello no solo aplica en el ámbito de la producción estrictamente artística, en el cual los artistas desempeñan todos los roles de la cadena productiva: concebir la obra, conseguir los implementos para materializarla, diseñar los catálogos, enviar las invitaciones y hasta montar las piezas en los lugares de exhibición. Esta función multitarea también se manifiesta en la necesidad de ejercer oficios más allá de la práctica artística tradicional, que por lo general tienen lugar en disciplinas adyacentes como el diseño, la ilustración, la programación, la publicidad, el cine o la diagramación editorial. Algunos de los relatos recogidos dan cuenta de ese vasto rango de posibilidades del arte como algo buscado por quienes eligen esta carrera. "Si hubiera estudiado Historia del Arte –nos comenta una joven curadora educativa– habría salido con un perfil de cosas que tenía que hacer, como curar o escribir. Y creo que lo que me dio La Esmeralda fue una posibilidad mucho más expansiva de qué podía hacer yo con lo que me interesaba, que no lo tenía muy claro cuando llegué a la universidad". Los jóvenes artistas suelen mantenerse activos en múltiples circuitos simultáneos, muchas veces conectándolos a través de proyectos específicos y mediante redes de colaboración. Aunque a veces estas búsquedas responden al desarrollo del propio proceso artístico, en la gran mayoría de los casos no se trata solo de una vocación multidisciplinaria. Ser un artista multitarea constituye también una exigencia del medio, que obliga a los jóvenes a combinar funciones y aceptar encargos de variada índole para mantener a

Escaneado con CamScanner

flote sus economías personales. "Los artistas siempre han tenido que trabajar de otra cosa", nos precisa una crítica de arte de la escena local.

Como anticipamos, un recurso importante para el desempeño de los jóvenes en la actualidad tiene que ver con la *habilidad para establecer relaciones sociales y redes de cooperación,* que puedan ser activadas ante determinados proyectos creativos de corto y mediano plazo. Pueden ser redes vinculadas originariamente por la amistad e incluso el parentesco, destacándose entre ellas las que se tejen en centros educativos escolares y universitarios. Los vínculos sociales que se establecen en las escuelas de arte, como La Esmeralda y la ENAP, constituyen un soporte fundamental a la hora de elaborar estrategias colaborativas en el mundo laboral.

La activación de estos vínculos de colaboración ocurre tanto en el plano presencial como en el mundo virtual: las redes sociales y las nuevas tecnologías son herramientas de gran importancia para mantenerlos activos y operantes. Estos recursos de conectividad no son más que formas de acelerar y facilitar la comunicación con actores previamente reconocidos, y con los cuales la mayor parte del trabajo se realizará de forma presencial y directa. La habilidad para establecer redes depende en gran medida de ciertas características personales, como la sociabilidad y la facilidad para las relaciones públicas. En el mundo del arte en general, y especialmente en el del arte joven, los espacios de trabajo y las instancias de esparcimiento están densamente mezclados, de modo que las fiestas, inauguraciones y cocteles constituyen momentos significativos para establecer contactos profesionales y para el surgimiento de proyectos colaborativos. Aunque nos encontramos con algunos artistas jóvenes que no se sienten cómodos con estos formatos de sociabilidad y buscan vías alternativas –generalmente

Escaneado con CamScanner

menos visibles–, la mayor parte de ellos cobra una temprana conciencia respecto de la importancia de estas formas de relación para la construcción de una carrera.

A los ya tradicionales rasgos de la actividad artística, como la creatividad, la inventiva y el ingenio, la escena contemporánea ha ido sumando otros que no presentaban la misma fuerza en épocas anteriores. Por ejemplo, los jóvenes artistas que están adquiriendo mayor visibilidad y reconocimiento suelen basar su trabajo en *esquemas flexibles* y ensayar continuamente formatos alternativos a los existentes. En el campo institucional, la presencia de este tipo de trabajo artístico ha significado la renovación de los modelos expositivos y la ampliación de la oferta de los servicios educativos. Casi todos los museos dedicados a lo contemporáneo se esfuerzan por realizar cruces entre la programación artística y otras disciplinas o formatos: ciclos de cine, conversaciones con artistas, conciertos de música experimental, talleres lúdicos, materiales complementarios, etc. "Las instituciones dejaron de poder contener un cierto tipo de proyectos interdisciplinarios, muy flexibles, un poco efímeros –nos explica una joven curadora educativa argentina que lleva algunos años en la escena mexicana–. [...] Lo que observo ahora es que las instituciones están intentando copiar esa modalidad de trabajo. Los museos también quieren, dentro del museo, su espacio *cool*, 'alternativo', 'dinámico'. Ciertas instituciones están mirando y observando esos modos de actuar desde la flexibilidad para sus propios espacios de exhibición, y para ello están empezando a incluir, por ejemplo, curadores educativos o este tipo de figuras que empiezan a tener presencia dentro de las instituciones. Y creo que no surgieron dentro de las instituciones sino en estos lugares periféricos o emergentes". Se valora como positivo en los jóvenes la capacidad de adaptar contenidos a diver-

Escaneado con CamScanner

sos públicos y audiencias, ideando estrategias específicas y utilizando para ello los escasos recursos disponibles. Pudimos recopilar algunos testimonios significativos en este sentido, que dan cuenta de la creatividad de los jóvenes a la hora de poner en marcha sus ideas a partir de presupuestos mínimos, reciclando antiguos materiales de las bodegas de los museos y trayendo de sus propias casas mobiliario y aparatos electrónicos. La realización del servicio social constituyó para muchos artistas y profesionales del arte una experiencia crucial en este sentido, en la que confluyen su entusiasmo, energía y ganas de trabajar con una serie de condiciones adversas que obligan a recurrir al ingenio. Esta flexibilidad muchas veces tiene que ver con una capacidad de adaptar sus trabajos a las distintas instancias de circulación artística: una lógica de mercado, cuando se expone en ferias o galerías, y una lógica más reflexiva, cuando se ingresa a espacios museísticos, independientes o académicos.

Por otra parte, los giros que viene experimentando la producción artística hacia *el discurso y la teoría* exigen competencia en estos ámbitos. Algunos enmarcan este desplazamiento dentro de la pugna que el gremio de los artistas sostiene con los curadores, en la medida en que intentan disputar el monopolio del discurso y la interpretación de los procesos artísticos. Pero independientemente de sus razones, existe un consenso respecto de la importancia que tiene hoy en día la reflexión teórica en los proyectos artísticos. Un gestor cultural en permanente contacto con los jóvenes artistas resume esta percepción señalando que en la actualidad no se puede presentar una obra sin discurso. "Una investigación estética, lamentablemente, está mal vista, aunque tiene la misma validez que el discurso más complejo y sesudo. Pero está de moda que el artista sea un pensador, un filósofo, un teórico y que materialice

Escaneado con CamScanner

sus teorías en proyectos multidisciplinarios y visualización de datos. Entonces, lo que recibes son discursos que, en muchos casos, son muy precarios y muy poco documentados o fundamentados. Y luego hay conceptos muy sencillos, pero bien resueltos".

Para trabajar hay que combinar estrategias

Muchos jóvenes artistas describen su panorama laboral bajo los signos de una precariedad generalizada y un retroceso de las garantías sociales. Con diferentes grados de conciencia y articulación, los jóvenes que nacieron a fines de los setenta y principios de los ochenta salen de sus centros formativos con escasas oportunidades de empleo estable. La mayor parte de ellos desempeña, desde los años universitarios, trabajos diversos y no siempre vinculados con su profesión. Muchos se desenvuelven en campos creativos en los que confluyen disciplinas como el diseño, la arquitectura o la música; la mayoría consigue en algún momento de su carrera emergente una beca nacional o internacional que subvenciona su producción artística; algunos dan talleres o clases con honorarios en pequeños centros formativos o universidades de los Estados de la República; casi todos están constantemente empleándose como asistentes de artistas o haciendo trabajos por encargo; unos pocos logran penetrar el mercado del arte y vender su obra a través de galerías.

Hoy los jóvenes no poseen trabajos con contrato. Se ganan la vida con proyectos esporádicos o con trabajos por honorarios. 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

Escaneado con CamScanner

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.

El auge que ha experimentado el arte contemporáneo no ha significado un mejoramiento de las condiciones laborales de sus actores, y en especial de los que se vienen integrando en últimos años al mundo del trabajo. Se genera una demanda de trabajo –alimentada también por el crecimiento exponencial de estas generaciones– que no está siendo cubierta ni en las empresas ni en las instituciones del Estado, que a su vez no garantizan condiciones laborales mínimamente dignas. "Yo me acuerdo de que en el último contrato que firmé, en el año 2010, había una cláusula que decía que si nos accidentábamos en el ejercicio de nuestras funciones o en el perímetro del museo, el INBA no se hacía responsable. Y supuestamente el Estado quiere que no se haga eso en las empresas, y quiere ponerle impuestos a las empresas que tienen ese tipo de prácticas. Ellos mismos lo están haciendo", afirma un joven curador con experiencia en museos. En la academia, como resume con claridad un entrevistado, se viene produciendo un "retardamiento del acceso de los jóvenes investigadores al espacio institucional del arte, que está siendo contenido a través de pequeños programas que otorgan trabajos parciales y ocasionales. Veo que tengo chicos que se están doctorando a los 32 años, y no van a tener trabajo. O a los 28. Darán clases en alguna universidad, les pagarán un curso de asignatura. [...] Los accesos son bien restringidos porque cada vez hay menos

Escaneado con CamScanner

recursos, hay menos interés por promoverlos". El crecimiento del presupuesto estatal destinado a las becas académicas y artísticas puede ser interpretado como un mecanismo de contención del desempleo juvenil, especialmente en el ámbito académico. Las escasas alternativas disponibles convierten a estas becas estatales en una estrategia de supervivencia. Como resultado, en México tenemos un número considerable de jóvenes capacitados y especializados que están aplazando su ingreso al mercado laboral y prolongando su condición de estudiantes, porque no encuentran trabajos idóneos a su formación. "Conseguir una plaza puede ser el trabajo de tu vida", resume una curadora del medio, cercana a los 30 años. "La institucionalidad cultural no ha crecido a la par de esta profesionalización de los jóvenes, ni en términos de programa, de recursos, de potencial creativo, ni en su capacidad de expandirse internacionalmente", señala un profesor y crítico de arte. Incluso dentro de este escenario, una importante estrategia de inserción laboral es el paso esporádico por espacios institucionales que, aunque ofrecen pobres condiciones de trabajo, les entregan herramientas importantes de experiencia profesional curricular y redes de sociabilidad con personas de relevancia dentro del campo. Un entrevistado describe estos beneficios en términos de "producción de visibilidad", que estaría siendo, en las circunstancias actuales, el principal gancho laboral para los jóvenes. Una curadora que bordea los 25 años se muestra satisfecha con el trabajo que tiene, pero lo considera temporal: "No hay nadie que aguante así toda la vida. No puedes estar trabajando en una institución de lunes a viernes de 10:00 a 20:00, más todos los pendientes que salen el fin de semana, si es que no tienes montaje". Es destacable, en este sentido, el papel que desempeña el servicio social[1] como

1. El "servicio social" es una "retribución" que los ciudadanos tie-

Escaneado con CamScanner

primera experiencia laboral, que en reiteradas ocasiones se lleva a cabo más allá de los seis meses estipulados porque resulta decisiva para posteriores inserciones en la escena.

Como los sueldos estables son muy bajos, los jóvenes se ven obligados a subvencionarlos con pequeños trabajos extra, convirtiendo gran parte de su tiempo libre en jornadas laborales. Los que trabajan como *free lance* observan que sus tiempos de trabajo se funden con los de ocio, llevándolos a adoptar extenuantes prácticas que bordean la autoexplotación. Muchos confiesan que les resulta difícil pensar a largo plazo, y son pocos los que se han planteado seriamente la posibilidad de adquirir una propiedad o generar algún ahorro para la vejez. Cuando les preguntamos acerca del futuro, obtenemos respuestas marcadas por la incertidumbre, y casi todos señalan que su aspiración es *poder vivir de su trabajo*. Hay también cierto nivel de evasión de estos interrogantes, ya que les generan miedo e incomodidad. No todos están verdaderamente preocupados por sus perspectivas futuras.

Sin embargo, ¿qué significa la precariedad laboral cuando la abrumadora mayoría de los jóvenes entrevistados afirma disfrutar de lo que hace, y no poder imaginarse en espacios de trabajo más tradicionales? ¿Cómo enmendar la vulnerabilidad de estas condiciones cuando es difícil establecer dónde termina el trabajo y dónde comienza el esparcimiento? Invitamos a los grupos de jóvenes que participaron de las mesas de trabajo a reflexionar en torno a una sintética lista que resumía, en cinco puntos, las características de la precariedad:

---

nen la obligación de cumplir con el Estado por el hecho de haber tenido una educación superior gratuita, y significa la oportunidad de contar con un empleo al término del cumplimiento de las horas exigidas para desempeñar en el "servicio social".

Escaneado con CamScanner

1. Ausencia de garantías sociales y prestaciones laborales.
2. Autoexplotación.
3. Empleabilidad *full-time.*
4. Necesidad de complementar los ingresos.
5. Incertidumbre laboral.

Uno a uno, salvo contadas excepciones, fue poniendo "palomitas" a cada uno de los puntos mencionados, y extendiéndose en varios de ellos a partir de sus experiencias personales. "La incertidumbre laboral también implica que si trabajas, a veces no te pagan, o te pagan en plazos muy largos. Tienes proyectos confirmadísimos, y hay un incendio y se reprograma hasta los siguientes dos años. O llovió y se jodió la galería", se explaya un joven artista del medio. "O se acabó el presupuesto, o cambió el galerista, o se peleó con alguien más", agrega una galerista emergente. Los ejemplos abundan: "Hace dos años, el Gobierno Federal recortó el presupuesto de cultura, y se cayeron un montón de proyectos. La incertidumbre es bandera en todos lados", concluyen.

Incluso esos pocos privilegiados que cuentan con sueldos estables y garantías laborales, deben asumir actividades remuneradas paralelas que les permitan llegar a fin de mes con tranquilidad. Todos desempeñan funciones múltiples: dan clases, realizan traducciones y trabajo editorial, colaboran en proyectos independientes, atienden bares o restaurantes, asisten a artistas, etc. "Nadie es artista o curador por dinero", afirman los jóvenes, mientras dan cuenta de que las labores múltiples son un verdadero sello generacional. No obstante, no hay en estos relatos un ánimo de victimización, porque esa multifunción les ofrece réditos en diversos sentidos. Un agente cultural que se acerca a los 30 años narra su experiencia: "Yo fui tres años

Escaneado con CamScanner

curador en jefe del MAM, y esos tres años servía mezcales una vez a la semana. Además de que me redondeaba súper bien el fin de mes, me daba un capital social impresionante. De todo el capital social que tengo, creo que el 70% es por estar embriagando a la gente; me sentía como el héroe de la fiesta. Todo el mundo me conocía porque era el chavo de los mezcales, y luego llegaba a estudios de artistas a recoger obra, me decían: 'Ah, tú. ¿Qué haces aquí?'. 'Pues yo soy el curador del MAM'. Realmente lo que vale en el medio es el capital social". La autoexplotación, en el fondo, es algo que los jóvenes de hoy terminan buscando y tal vez disfrutando. Les gusta mantenerse ocupados en muchos proyectos simultáneos y discutirlos incluso en espacios abiertamente recreacionales, puesto que todos estos emprendimientos se encuentran atravesados por las amistades y la afinidad social. "Es un modo de vida, no lo puedes separar. Cuando vas a una fiesta, sigues platicando de en qué andas, y qué proyectos estás haciendo. Y el domingo te habla un amigo con el que estás haciendo una expo y dices: 'Güey, no quiero trabajar hoy', pero le acabas contestando y acaban platicando de eso. Responde a un modelo social de trabajar en este medio", asevera una joven curadora. Pero los mercadólogos sostienen que esto no solo aplica a los campos artísticos e intelectuales. Se trata de toda una generación –la generación "millennial"– que ya no se conforma con hacer solo una cosa, o estudiar un solo campo, o tener un solo tipo de amigos. "Ellos desarrollaron un modo no lineal de pensamiento que refleja exactamente el lenguaje de Internet, donde un sinfín de asuntos pueden ser acompañados al mismo tiempo. Para estos millenialls, es natural empezar en una cosa y terminar en otra.[...] Hoy día, es *cool* saber y ser muchas cosas a la vez. Es posible ser surfero, *dj*, rockero, *nerd*, cinéfilo y diseñador al mismo tiempo", reza la

Escaneado con CamScanner

investigación mercadológica/de mercado de la agencia brasileña BOX 1824 (Mediartketing, 2010).

Plataformas de desarrollo creativo

Aun cuando las condiciones no sean las más favorables, los jóvenes que se desenvuelven en el mundo del arte despliegan iniciativas autónomas y trabajan por construir una carrera desde los recursos que tienen a la mano. Aunque muchas veces estos pequeños proyectos permanezcan invisibles, en el trabajo de campo encontramos exhibiciones en casas particulares y pequeños centros autónomos; intervenciones artísticas urbanas y dentro de las escuelas de arte; proyectos editoriales –en papel y digitales– y plataformas *web* de difusión artística; trabajo sostenido con comunidades específicas e intentos de crear nuevos canales de distribución de las obras; grupos independientes de reflexión y debate en torno a temáticas artísticas. Los jóvenes combinan recursos de orígenes diversos y dan salida a sus proyectos por canales distintos, que en ocasiones pueden parecer contradictorios. Se presentan a convocatorias públicas, solicitan fondos privados y desarrollan estrategias autónomas de recolección de fondos, simultáneamente, sin manifestar mayores prejuicios respecto de las instancias que les proporcionan los fondos. De la misma manera, exhiben en pequeños espacios alternativos e intentan penetrar en los circuitos comerciales de las galerías y las instancias institucionales de los museos, adaptando a cada uno de estos formatos su producción artística y el discurso que la acompaña. Las tecnologías contemporáneas han permitido nuevas formas de acceso a los circuitos artísticos, en la medida en que iniciativas pequeñas y en construcción pueden apa-

Escaneado con CamScanner

recer como consolidadas a través de sus plataformas *web* o sus imágenes corporativas. Algunos jóvenes piensan estas posibilidades abiertamente como simulacros que les permiten entrar, por ejemplo, al medio comercial del arte mediante un uso estratégico de la imagen.

Mucho se ha hablado en los últimos tiempos del crecimiento poblacional de los ni-nis, jóvenes entre 18 y 34 años que ni estudian ni trabajan ni quieren hacerlo, y de la necesidad de generar empleos para un sector de la población que aparentemente no tiene un lugar para desarrollarse. En nuestra investigación, en línea con las investigaciones de mercado en torno a la generación millennial, hemos encontrado a un tipo distinto de jóvenes, que no solo estudian y trabajan, sino que también producen, gestionan y organizan de forma flexible y *multitask*. En España, la investigación "Desmontando a ni-ni", dirigida por Lorenzo Navarrete, encontró que esta "generación perdida" está desapareciendo paulatinamente, dando lugar a una nueva "generación protagonista" (Gil, 2011). Jóvenes "sí-sí", que están obligados a resolver sus necesidades básicas saltando entre varios trabajos pequeños o contratados por proyecto, a compaginar sus actividades laborales con los estudios e incluso con iniciativas creativas propias. El estudio que aquí concluimos da testimonio de estos jóvenes "sí-sí", que se desenvuelven en carreras creativas y abren caminos para los que vienen abajo. Se trata de figuras situadas en las fronteras de lo que se ha llamado el "emprendedor cultural": profesionales que entienden las estructuras del mercado, sin perder por ello especificidad y dominio sobre el ámbito cultural (Rowan, 2010). Aunque suelen ser movilizados por un ánimo emprendedor, independiente y creativo, no siempre se trata de iniciativas empresariales o que persiguen el lucro como objetivo en sí mismo.

Escaneado con CamScanner

Si bien la mayoría de los jóvenes artistas, gestores o curadores están dejando atrás la idea de colectivos militantes como los que hubo en los setenta, en el contexto social y político de México aparecen espacios para este tipo de emprendimientos. "Están surgiendo formas creativas de micropolíticas –afirma Sofía Hernández para la revista *Artforum*–,y los artistas están asumiendo nuevos modelos de lenguaje e investigación urbana para responder directamente a las condiciones en México" (Hernández, 2010). En su amplia heterogeneidad, estas iniciativas –además de su creciente interés por la reflexión y el diálogo, las problemáticas sociales y políticas y el conocimiento crítico– presentan una tenaz búsqueda de la interdisciplinariedad y la transparencia, conformando plataformas ciudadanas donde los flujos de información cobran un rol protagonista. Se trata de proyectos híbridos, en expansión, abiertos al cambio y en permanente movimiento.

Los proyectos que en décadas anteriores se llamaron "independientes" o "autogestivos" hoy se estructuran y plantean con otras misiones y filosofías. La autonomía y la alternatividad no significan hoy lo que connotaban entonces, ni constituyen necesariamente un valor por sí mismas. En términos de la producción artística, se trata de una generación que no vio la necesidad de conquistar nuevos soportes y temáticas. "Ahora hacer *performance* o arte urbano son prácticas ya muy asimiladas. Ves artistas grafiteros legitimados. La calle no es un espacio alternativo, está muy tomado, con mucha conciencia", nos comenta un artista emergente. Esta permisividad expresiva implica que la búsqueda de lo alternativo debe guiarse por otros caminos. El estar fuera de los circuitos oficiales tampoco es una garantía de independencia, originalidad o valentía. Los jóvenes en la actualidad no se sienten incómodos al establecer alianzas o recibir cooperaciones

Escaneado con CamScanner

FACULTAD DE ARTES
SIB - UCE

institucionales: se trata de una autonomía de objetivos artísticos, pero no de medios. "Hay muchos niveles en los que se puede ver lo independiente. Puede ser en el modo de producción, puede ser en los contenidos, puede ser en los modos de sustentabilidad. Ser alternativo en todos los niveles es prácticamente imposible", explica una agente cultural de la escena. Algunos jóvenes plantean que la alternatividad contemporánea consiste en generar experiencias humanas independientes del espacio que las alberga y de su tiempo de duración. Aprovechan las redes sociales porque lo importante son las relaciones que se tejen, la experimentación que permiten, el aprendizaje que promueven. A pesar de que muchos espacios aparecen y desaparecen en breves períodos, su caducidad no es sinónimo de fracaso. Aunque pareciera que se desvanecen en el aire, siembran la semilla de nuevos proyectos, nuevos puentes, nuevas redes.

A diferencia de décadas anteriores, estos espacios de interacción, interdisciplina y creatividad se están activando tanto en el interior como fuera de las instituciones. Entre los proyectos huéspedes dentro de los museos hay una amplia variedad, por ejemplo, Se Traspasa. Proyectos Nómadas, una iniciativa coordinada por una curadora joven que busca conformar –dentro del Museo de Arte Moderno (MAM)– "una plataforma alterna de exhibición de proyectos que entrecrucen activa y discursivamente diversas disciplinas artísticas y esferas de la vida pública. La recuperación de la sala, que durante años albergó la librería del museo, propone la dislocación de los discursos curatoriales centrales para expandirlos a otras áreas" (Museo de Arte Moderno, 2011). A través de las sucesivas intervenciones de estaciones de radio, proyectos editoriales o cooperativas culturales, Se Traspasa ha intentado ofrecer un espacio dentro de la institución a

Escaneado con CamScanner

diversos emprendimientos del mundo cultural, generando un diálogo que quiebre con la unidireccionalidad de la experiencia museal. Por su parte, Estudio Abierto, que funciona en el Museo de Arte Carrillo Gil bajo la coordinación de una gestora joven, está interesado en "ofrecer un espacio para el encuentro, un área dedicada a la reunión de la comunidad" con el objeto de aportar a la construcción de un diálogo horizontal en el que puedan confluir diversos públicos y grupos artísticos (Museo de Arte Carrillo Gil, 2011). Entre las muchas actividades que desde aquí se impulsan, podemos encontrar charlas, talleres, proyecciones y eventos culturales, que sobre todo intentan ofrecer un espacio flexible y abierto a la participación. Campus Expandido, asimismo, opera en el marco del MUAC, y es organizado por una joven filósofa. Su perfil, a diferencia de los anteriores, es el de una propuesta académica alternativa, orientada tanto a los estudiantes de las maestrías de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) como al público en general. Campus Expandido "responde a la urgencia de concebir al museo no solo como espacio de visibilidades, sino como un ámbito de producción de conocimiento crítico" (Museo Universitario de Arte Contemporáneo, 2011). Desde el cruce que se produce entre arte y violencia en el contexto mexicano, este espacio de reflexión y discusión se ha convertido en un referente de formación crítica para la generación de jóvenes actualmente. Finalmente, Estudio Expandido, que tiene lugar en el marco de Casa Vecina, "parte de la combinación de diversos modelos de producción, exhibición y diseminación artística; entiende a la práctica artística y la investigación teórico-estética a partir de la relación entre experiencia colectiva y procedimientos de montaje" (Casa Vecina, 2011). Retomando la noción de estudio como lugar de producción

Escaneado con CamScanner

por excelencia, este centro cultural de la Fundación del Centro Histórico invita a proyectos colaborativos, posdisciplinarios y posmediales a desviar la atención de los productos artísticos hacia los procesos: el estudio mismo como pieza de exposición.

En la esfera independiente también es posible distinguir numerosas apuestas jóvenes que se construyen en un "espacio intersticio, ni público ni privado en el sentido clásico del término" (Hernández, 2010), alimentándose indistintamente de fondos personales, becas internacionales, apoyos estatales y patrocinios corporativos. Taller Multinacional es una de estas iniciativas. De él participa un número variable de artistas, gestores y curadores que, agrupados en torno a un "círculo del ocio" periódico, en el que discuten diversas temáticas en grupo, se proponen enfrentar "la realidad económica global, la débil infraestructura cultural y el dominio del mercado sobre la producción de arte para construir un espacio que dé cabida a propuestas artísticas y críticas que contribuyan a la reflexión de nuestro entorno cultural y social" (Taller Multinacional, 2011). Tanto a nivel presencial como a través de un aula a distancia, Taller Multinacional ofrece una variedad de cursos y talleres, que no solo constituyen una alternativa de formación para los jóvenes del medio artístico, sino también una alternativa laboral para sus agentes. De la misma manera, Tóxico Cultura conforma un espacio que está pensado como un *thinktank* de proyectos culturales "que no solamente realiza actividades a puñados, sino que provee de un marco para construir un espacio en el que una y otra vez se pueda experimentar, cuestionar y crear" (Tóxico Cultura, 2011). Mediante la constante gestión de actividades culturales y formativas, Tóxico ha intentando traer a la escena de las artes y la cultura mexicana a los más destacados profesionales a nivel

Escaneado con CamScanner

internacional, incentivando la producción local y potenciando los diálogos entre distintos proyectos, disciplinas y localidades. Otra interesante plataforma interdisciplinaria es Pase Ud., asociación civil impulsada por un grupo de jóvenes arquitectos, curadores y diseñadores, que ha sabido utilizar una gama de medios y recursos para dar difusión y proyección a sus emprendimientos. Autodefinida como "una organización sin fines de lucro comprometida a difundir ideas y propuestas abiertas a una discusión plural e incluyente en torno a los temas más relevantes de la agenda actual de este país" (Pase Ud., 2011), ha convocado a una serie de debates y exposiciones públicas con alta afluencia de público, en los que se ha propuesto instalar temáticas de interés ciudadano, como la sustentabilidad y la educación. Asociándose con instituciones culturales y empresas privadas, esta asociación ha dado lugar a diversas iniciativas vinculadas a la innovación y la comunicación social. Por su parte Nerivela, una plataforma de investigación o "nave", que retoma el nombre de un reconocido astronauta mexicano, busca fondos a partir de un programa de intercambios en especie y cuya base "se conforma por un seminario público de investigación y la edición de una publicación en la que se difunden las principales actividades que convocan a este colectivo. En torno a ellos se han configurado programas de mayor alcance para realizarse en plazos, así como proyectos que se articulan en la responsabilidad de la crítica cultural y el cuidado de algunas regiones del imaginario artístico y literario que la urgencia política de nuestro sistema social ha dejado en desamparo" (Nerivela, 2011). Contradiciendo la mirada adulta, que no distingue emprendimientos emergentes en la escena de las artes visuales, la lista de iniciativas jóvenes es larga, y podríamos continuarla en muchas páginas más.

Escaneado con CamScanner

Sin duda, el carácter propositivo de este tipo de plataformas no las exime de problemas y críticas variadas. En ocasiones, los espacios de esta índole suelen ser discontinuos en el tiempo, presentan dificultades en la distribución de sus ideas y productos, y sus ámbitos de impacto suelen restringirse a pequeños sectores de intelectuales y profesionales del arte contemporáneo. Aunque las nuevas tecnologías están entregando nuevas posibilidades en este sentido, muchos de estos proyectos de colaboración encuentran su ocaso en cajas de revistas impresas que quedan almacenadas, o páginas *web* que jamás son actualizadas. Gran parte de estas fallas tiene que ver con que, en general, se cuenta con personal limitado y sobre exigido, que debe dar prioridad a los trabajos que les permiten la propia supervivencia; de igual manera, los apoyos y subsidios que les dieron inicio tienen una fecha de vencimiento, y no siempre existe un encargado de gestionar y conseguir nuevos fondos o patrocinios.

Junto con la explosión de plataformas de investigación interdisciplinaria y expansiva, aparecieron de forma creciente publicaciones, también coordinadas, editadas o dirigidas por gente muy joven, en las que se privilegia la convivencia de diversas disciplinas que poco a poco parecen difuminar sus fronteras. Como podemos observar en propuestas como *La Tempestad Universitaria, Tomo, Código, ERR Magazine, El Fanzine,* etc., el arte contemporáneo ahora convive con la arquitectura, la moda, el diseño industrial y gráfico, la gastronomía y el turismo. "Abundan las revistas de divulgación que incluyen grandes secciones dedicadas al arte contemporáneo –sintetiza Jorge Reynoso–; aunque, por otro lado, escasean o no prosperan las publicaciones académicas especializadas: la más perdurable ha sido *Curare*, que se empezó a editar en 1991" (Reynoso, 2010). En esta línea, algunas voces se quejan del

Escaneado con CamScanner

carácter superficial de estas publicaciones que parecen ofertar productos culturales como en un catálogo de supermercado. Otras, por su parte, las ubican como expresiones claras de las lógicas contemporáneas: la brevedad de los 140 caracteres de Twitter, la síntesis que exige un blog para su lectura masiva, la primacía de la propuesta visual por encima del contenido, etc. Lo cierto es que, en su multiplicidad, ofrecen un abanico bastante completo de la proliferación de productos y eventos culturales que se realizan diariamente en la Ciudad de México, y profundizar en cada evento podría dar como resultado un almanaque o directorio mensual enorme e ilegible. Actualmente, las publicaciones impresas responden también a un esfuerzo por involucrar al lector en un ciclo donde el papel lleva a Internet –a través de reseñas cortas e invitando a visitar páginas, *links* o códigos QR–; y la Internet, a su vez, lleva a adquirir los impresos.

Para las nuevas generaciones, no existen contradicciones entre los distintos formatos, soportes o medios. Los jóvenes buscan el movimiento y la fluidez; les interesa la interdisciplina, el intercambio de información y el trabajo en redes mutables. Las producciones culturales no tienen por qué ser excluyentes sino complementarias: es por eso que se piensan como una pieza activa dentro de ese gran engranaje simultáneo. El sistema del arte se concibe como una enorme plataforma de desarrollo creativo.

Conclusiones: políticas culturales para un sistema mixto

Las generaciones emergentes en el campo de las artes visuales están dando lugar a una diversidad de emprendimientos que, aunque puedan resultar difíciles de reconocer desde la mirada más adulta, sin duda están trans-

Escaneado con CamScanner

formando el universo de prácticas de producción, distribución y consumo del arte contemporáneo. Aunque en términos estrictos las cifras que el arte contemporáneo aporta a la economía general no parecen dignas de consideración, hemos observado a lo largo de estas páginas el importante papel que las artes visuales han ejercido en la activación de diversas zonas urbanas como circuitos de turismo cultural. El valor simbólico que estas han entregado a ciertos barrios de la Ciudad de México, redunda desde hace años en un importante movimiento comercial a través de cafés y restaurantes, tiendas de moda y diseño, librerías, disquerías y otros negocios articulados directamente al entorno artístico. No es casualidad que grandes bloques corporativos, como Coppel y Jumex[2], hayan escogido apoyar las artes visuales para dotar de capital simbólico a sus imágenes corporativas.

El escurridizo lugar que los emprendimientos jóvenes ocupan en los cruces de muchas disciplinas y formas de trabajo constituye, a nuestro juicio, una invitación a replantear las tareas que los distintos actores sociales deben desempeñar hoy en día para su apoyo y promoción. Ciertamente, el escenario actual ya no permite interpelar al Estado como único responsable en la orientación y soporte de las iniciativas artísticas emergentes; sin embargo, ello tampoco debe llevarnos a concluir que el rol benefactor que desempeñó tradicionalmente haya sido del todo asumido por capitales corporativos y la autorregulación del mercado. Como constatan con sorpresa los extranjeros al ver la sólida infraestructura cultural y los

2. Coppel: tienda departamental mexicana repartida en toda la República de México cuyo dueño tiene una importante colección de arte contemporáneo. Jumex: empresa mexicana de jugos frutales que tiene una Fundación/ Colección de arte contemporáneo.

Escaneado con CamScanner

diversos apoyos a los artistas que posee el Estado mexicano, la efervescencia de nuestra escena artística es, en gran parte, un resultado de estas sostenidas políticas públicas.

Respecto de los programas ya existentes destinados a subvencionar la producción artística de los jóvenes creadores –a través del Fondo Nacional para la Cultura y la Artes (FONCA)–, es importante destacar el papel crucial que han desempeñado los encuentros de jóvenes que tienen lugar en el marco de dicho programa. Muchos de los artistas que pudimos entrevistar destacan estas instancias como verdaderos espacios de diálogo, crecimiento y establecimiento de redes generacionales, que sin duda han contribuido al enriquecimiento de la escena del arte. Algunas voces, sin embargo, se quejan de los efectos viciosos que ocasionalmente tiene esta política de apoyos, y demandan mayores exigencias y mecanismos de control para los artistas seleccionados. Un sistema más disciplinado y menos complaciente, en este sentido, puede amortiguar la difícil transición que deben encarar los artistas que "dejan de ser jóvenes" de acuerdo con las bases del programa, puesto que los obligaría a replantearse tempranamente las proyecciones de su trabajo. Algunos agentes del medio sugirieron, en esta línea, que un producto final más refinado –un *open studio*, por ejemplo–, podría ser una herramienta más eficaz que la gran exposición final con la que concluye el ciclo de becarios de artes visuales.

De la misma forma, aunque celebramos la reactivación del programa de adquisiciones de obras de arte por parte de las instituciones públicas, consideramos que esta decisión abre un sinnúmero de preguntas respecto de las políticas de colección de los museos estatales. Como lo expresa Sofía Hernández, "este proceso implicará definir qué es moderno o contemporáneo, qué es relevante nacional o internacionalmente, qué está establecido y qué es emer-

Escaneado con CamScanner

gente" (Hernández, 2010). Esto sin duda puede significar una inyección de recursos y estímulos para la generación que aquí nos ocupa, y en esa medida, creemos que una iniciativa de tal envergadura merece los mejores profesionales y expertos del campo a la hora de tomar decisiones.

Aunque no nos compete a nosotros dar cuenta de la situación específica de los museos públicos de la ciudad, cabe aquí mencionar que el diagnóstico acerca del panorama institucional es evidente: hay que eliminar las malas prácticas del sindicalismo, hay que profesionalizar al personal de los museos, y hay que entregar a las instituciones más autonomía en términos de presupuestos. Actualmente, nos explica una curadora con amplia experiencia en el sector institucional, "si haces una exposición *blockbuster* que lleva seis millones de personas al museo, tu taquilla se va a Hacienda. Y Hacienda se la queda, y no te la devuelve. Entonces, ¿qué director va a estar preocupado por generar una gran difusión y una gran exposición que de verdad haga eco hacia la gente?". Aunque la dirección de las políticas públicas mexicanas –marcadas en estos años por sucesivos recortes presupuestarios– parece indicar un giro hacia la lógica neoliberal en materia de cultura, las estructuras institucionales no están generando los estímulos económicos adecuados para captar personal competente y generar programación atractiva. Los nuevos agentes culturales de la generación emergente están inyectando energía y dinamismo en los museos de la ciudad: una política que recompense esos esfuerzos con nuevos recursos para invertir en la escena puede representar un avance sustantivo en la revitalización del medio artístico.

En un mundo del arte que se nutre simultáneamente del aporte de diversos sectores sociales, es todavía necesario velar por el establecimiento de marcos jurídicos sólidos que enfrenten de manera informada las condiciones

Escaneado con CamScanner

de la contemporaneidad. En primer lugar, ello significa ofrecer alternativas concretas de protección social a los jóvenes que se desempeñan como agentes del arte y la cultura, considerando el carácter independiente que suele caracterizarlos y las precarias circunstancias que experimentan en estos tiempos. Una simple proyección, en este sentido, nos ofrece un escenario preocupante a mediano y largo plazo, puesto que los trabajadores de las industrias culturales –especialmente las de pequeño alcance, como las artes visuales– deberán enfrentar una vida adulta desprovista de seguro médico y ahorros previsionales. Ofrecer estímulos fiscales para el ahorro con estos fines constituye un primer paso para dotar a estas nuevas generaciones de un futuro sustentable. En segundo término, resulta indispensable avanzar en materia de transparencia y accesibilidad a la información respecto de los mecanismos vigentes que ofrece el Estado en lo concerniente a donaciones culturales. El sistema del arte mexicano aún no ha sido capaz de formar agentes competentes en los ámbitos jurídicos del arte, que puedan intervenir en la canalización de los recursos privados hacia la escena artística de manera eficiente. En la medida en que esta información sea pública y comprensible para los propios agentes del medio artístico, será posible involucrar a la sociedad tanto en los procesos de generación de fondos para iniciativas culturales, como en la fiscalización ciudadana de las prácticas de conmutación de impuestos por parte de las instancias corporativas.

Escaneado con CamScanner

Bibliografía

Abaroa, Eduardo (2010): "Bitácora de los resquicios: artistas organizados y reacomodos culturales en la Ciudad de México", *Código DF. Arte y cultura contemporáneos desde la Ciudad de México,* México, Código 06140.

Becker, Howard (2008): *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico,* Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Bourdieu, Pierre (2002a): *Campo de poder, campo intelectual,* Buenos Aires, Montressor.

— (2002b): *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario,* Barcelona, Anagrama.

Casa Vecina (2011): *Estudio Expandido,* disponible en: <www.casavecina.com> [consultado en octubre de 2011].

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) (2010): *Encuesta de hábitos, prácticas y consumos culturales,* México, Conaculta.

Corredor Roma Condesa (2011): *Corredor Roma Condesa,* disponible en: <www.ccromacondesa.mx> [consultado en octubre de 2011].

Escobar, Arturo (1999): *El final del salvaje: Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea,* Bogotá, Instituto Colombiano de Antropología.

— (2007): "Una ecología de la diferencia: igualdad y conflicto en un mundo glocalizado", en Gemma Carbó Ribugent (coord.), *La cultura, estrategia de cooperación al desarrollo,* Girona, Documenta Universitaria.

García Canclini, Néstor (1987): "Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano", *Políticas culturales en América Latina,* México, Grijalbo.

— (2005): "El próximo desarrollo cultural latinoamericano: cuatro hipótesis y algunas preguntas", Miami (inédito).

Escaneado con CamScanner

García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras (2006): *Las industrias culturales y el desarrollo en México*, México, Siglo XXI.

Gil, Ana (2011): "La moda de la generación 'estudio y trabajo'", *Expansión.com* <www.expansion.com> [consultado en octubre de 2011].

Heinich, Nathalie (2001): *La sociología del arte*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Hernández Chong Cuy, Sofía (2010): "UrbanPlanning", *Artforum*, vol. XLIX, n° 1 (septiembre), pp. 127-129.

Museo de Arte Carrillo Gil (2011): *Estudio abierto*, disponible en: <http://estudioabiertomacg.wordpress.com> [consultado en octubre de 2011].

Museo de Arte Moderno (2011): *Se traspasa. Proyectos Nómadas*, disponible en: <www.mam.org.mx> [consultado en octubre de 2011].

Museo Universitario de Arte Contemporáneo (2011): *Campus Expandido*, disponible en: <www.muac.unam.mx> [consultado en octubre de 2011].

Mediartketing (2010): *We all want to be young*, video, Agencia Box 1824 [consultado en octubre de 2011].

Nerivela (2011): *Nerivela*, disponible en: <www.nerivela.net> [consultado en octubre de 2011].

Nivón Bolán, Eduardo (2006): *La política cultural. Temas, problemas y oportunidades*, México, Conaculta.

Pase Ud. (2011): *Pase Ud.*, disponible en: <www.paseusted.org> [consultado en octubre de 2011].

Reynoso Pohlenz, Jorge (2010): "Antecedentes y resultados de la prosperidad del arte contemporáneo en México", *Código DF. Arte y cultura contemporáneos desde la Ciudad de México*, México, Código 06140.

Rowan, Jaron (2010): *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*, Madrid, Traficantes de sueños.

Escaneado con CamScanner

Taller Multinacional (2011): *Taller Multinacional*, disponible en: <www.tallermultinacional.org> [consultado en octubre de 2011].

Tóxico Cultura (2011): *Tóxico Cultura*, disponible en: <www.toxicocultura.com> [consultado en octubre de 2011].

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST OMNIUM SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

CAPÍTULO II

EDITORES INDEPENDIENTES JÓVENES

Raúl Marcó del Pont Lalli
Cecilia Vilchis Schöndube

¿Cómo editar? No hay otra receta que el entusiasmo, la resistencia y el rigor. Forzando acaso el paralelismo, al igual que el escritor consigue ser universal desde lo muy local, pero conociendo a fondo el corpus de la tradición literaria en la que se inscribe, un editor puede asumir el reto de editar para el mundo cuando edita para sí mismo, es decir, según sus propios gustos, pero también siendo muy consciente de su entorno cultural y social en su más amplio sentido. O sea, cuando configura un catálogo coherente, armonioso y "legible" como una obra y que puede ser capaz de generar fidelidad entre los libreros y lectores y convertirse así en el más valioso activo de su capital simbólico. Un leitmotiv que tenemos muy en cuenta. Y como resumen un programa, una consigna: la labor de un editor literario no consiste en vender productos sino en descubrir a los mejores escritores de su tiempo y editar libros de la forma más cuidada y exigente posible. Con la esperanza y la obstinación infatigables de convencer a los lectores de que también para ellos son libros necesarios.

JORGE HERRALDE (2003: 45)

Este trabajo delinea el perfil de los editores jóvenes independientes de la Ciudad de México en 2010-2011, contrapunteando los datos obtenidos con resultados de otras latitudes para completar un panorama de insuficientes

Escaneado con CamScanner

insumos locales. La exposición se construye sobre un puñado de temas relacionados con la formación y las trayectorias, y las formas diversas de construcción de narrativas que den sentido a un mundo laboral fragmentado.

Intentamos poner a dialogar nuestros datos con los resultados de otros estudios y con un texto breve de Charles Leadbeater y Kate Oakley, *The Independents. Britain's new cultural enterpreneur* (1999). Son varias las razones que justifican esto. Por una parte, contamos con muy pocos datos sobre los artistas en México, y menos aún con trabajos de cierta profundidad histórica, por lo que un primer acercamiento requiere construirse de manera comparativa. Por otra parte, Leadbeater y Oakley estructuran su trabajo siguiendo una serie de preocupaciones similares a las que han guiado nuestra investigación: entender cómo se forman los creadores jóvenes; cómo construyen sus carreras; cómo trabajan en un ambiente de precarización laboral y de desestructuración empresarial vertical; de dónde vienen; cuáles son sus trayectorias familiares; qué los motiva a embarcarse en emprendimientos culturales con perspectivas de ingresos reducidos, y cómo se enfrentan a mercados fuertemente concentrados que les ofrecen muy limitadas posibilidades a sus propuestas alternativas; finalmente, cuál es el papel de las urbes en el actual entorno creativo.

Esta reflexión está dirigida además por una preocupación práctica, que anima también nuestra investigación: entender mejor a esta nueva generación de emprendedores culturales para desembocar en propuestas de políticas culturales más efectivas, vinculadas con el desarrollo urbano. El caso inglés no parece ser muy distinto del mexicano en cuanto a la falta de conexión entre las políticas culturales y la comprensión de las transformaciones recientes del entorno en el que se desenvuelve el trabajo

Escaneado con CamScanner

creativo, lo que lleva a plantear la necesidad de entender esas nuevas situaciones en las que participan los jóvenes creadores, y desde allí proponer la reingeniería o reinvención de la gestión pública, privada o social.

Las fuentes más importantes de esta investigación son las entrevistas personalizadas con responsables de proyectos editoriales jóvenes y reconocidos por sus pares, la revisión cotidiana de blogs sobre edición y la asistencia a ferias del libro y reuniones de discusión sobre el presente y futuro de la edición en México. A esto habría que sumar la lectura de análisis recientes (un aspecto limitado pero que ha comenzado a crecer, aunque la mayor cantidad de referencias retoman los casos más estudiados, como los de los Estados Unidos, Gran Bretaña y Europa continental, mundos distantes del mexicano), así como las conversaciones informales con participantes del universo del libro que tienen una posición establecida en él.

Durante los primeros meses de la investigación asistimos a diversas ferias, foros y encuentros de especialistas del mundo del libro (Feria Internacional del Libro del Zócalo, Feria Internacional del Libro de Guadalajara y Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería), sosteniendo conversaciones informales con actores del medio que nos resultaron relevantes, enfocándonos en los eventos donde participan editoriales independientes o que son organizados por ellas (primera y segunda Feria del Libro Independiente; Encuentro Internacional de Editores Independientes, Tercera Edición. Foro de Ediciones Contemporáneas; Primer Encuentro Anual de Editores Iberoamericanos; Quinta Venta Nocturna de Editoriales Independientes).

Otro recurso para identificar las tendencias que operan dentro del sector editorial y para tomarle el pulso a su entorno, así como para obtener un primer panorama de

Escaneado con CamScanner

las preocupaciones, fue revisar los siguientes blogs: Los futuros del libro, Soybit, Libros en la nube, Anatomía de la edición, El blog de David Soler, Dosdoce.com, Libros y bitios, O'Reilly Radar, Jacob Nielsen, E-booksReport y PublishersWeekly.

Para ampliar las observaciones realizamos entrevistas en profundidad, individuales en su mayoría y grupales en menor medida (con todos los miembros de un proyecto). Nos hemos centrado en las trayectorias personales de los entrevistados considerando dos rutas: el recorrido individual y la descripción e historia de la editorial. El propósito fue conocer cómo se combinan en la producción editorial la educación formal y no formal, cómo llegan al mundo editorial y cuáles son sus experiencias más destacadas en tal sentido; si se dedican solo a la editorial de manera exclusiva o se ocupan en otras tareas y trabajos. También fueron clave las entrevistas para comprender la organización y estructura de cada empresa o emprendimiento, la forma en que obtienen recursos para financiar proyectos que no parecen ser financieramente sustentables por sí mismos, las problemáticas a las que se enfrentan, la relación con otras editoriales y con la cadena de producción (autores, distribuidores, librerías), el uso de las redes sociales y el presente y futuro inmediato de la edición en el mundo digital.

Los editores jóvenes entrevistados se clasifican a sí mismos como *independientes*. Todos usan ese paraguas buscando diferenciarse del *establishment editorial*, principalmente de los grandes grupos, orientados, de acuerdo con el discurso dominante entre los *indie*, a las ganancias y no al arte y la calidad. No obstante el uso extendido y permanente del término, no hemos hablado con nadie de este sector que lo vea como una clasificación precisa. Todos, al referirse a ella, hacen un alto, que muchas veces

Escaneado con CamScanner

acompañan con un gesto de desagrado, seguido de una breve disquisición sobre lo inadecuado del concepto: porque no reconoce lo variopinto del entorno; porque hace referencia a un tiempo ido, en el que era muy importante tomar distancia del Estado (priista); porque ahora no queda claro de quién se es independiente (prácticamente todos los entrevistados, a excepción de Alias, han recibido en algún momento de su trayectoria financiamiento público, lo que en muchos casos hizo la diferencia entre continuar o desaparecer), y porque no ayuda a distinguirlos de otras empresas editoras establecidas, de tamaño considerable (de mediano a grande) y que no forman parte de un grupo mayor.

Sin embargo, todos lo usan como señal de identidad. Y todos parecen reflexionar más que ocasionalmente sobre el punto. Andrea Fuentes, de La caja de cerillos, es ejemplar en este sentido. Para ella la definición mencionada no sirve; agrupa a los que hacen joyas "y a quienes producen cosas horrendas, o con criterios muy abiertos y muy ambiguos, de poesía, supercaseras, y publican lo que sea... Hay que elegir otros nombres. Esto de la independencia no necesariamente te habla de una visión y una manera de hacer libros, una relación con la lectura, con el objeto. El asunto tiene que ver con las formaciones de los editores, importa quién eres...".

Se puede hablar, propone un poco en broma, de editoriales de alto riesgo o de "edición sí" y de "edición no", siguiendo al italiano Giulio Einaudi (Cesari, 2009).

Debido a la unidimensionalidad de la clasificación, en un momento de la investigación nos propusimos elaborar un concepto que ayudara a definirlos de mejor manera. El trabajo de recolección de datos y de sistematización dejó esa labor para otro momento. Y sin que la etiqueta deje de producirnos cierta incomodidad, y

Escaneado con CamScanner

sin olvidar sus limitantes, optamos en este punto del trabajo por retomar la propuesta metodológica de Latour, quien sostiene:

> Tenemos que evitar la idea de que en alguna parte existe un diccionario donde todas las diversas palabras de los actores pueden traducirse a las pocas palabras del vocabulario social. ¿Tendremos el coraje de *no* sustituir una expresión desconocida por una bien conocida? [...]. "Debemos resistirnos a la pretensión de que los actores solo tienen un lenguaje mientras que el analista posee el *meta*-lenguaje en el que está "encastrado" el primero (2008: 75-78).

Para muestra basta un hablador

Eduardo Ávalos Vélez es una de las cabezas visibles de la revista *Lenguaraz*, la joya de un proyecto editorial que seis años y algunas bajas después puede presumir de una trayectoria inusitadamente larga en el medio editor juvenil local: 26 números de una publicación trimestral, a dos colores, de formato pequeño, con 64 páginas, que intentan desafiar el encasillamiento, junto con cuatro títulos de su reciente colección de libros de narrativa y poesía.

Como en muchos otros emprendimientos editoriales que buscan mantener a raya los gastos fijos, pudimos entrevistar al equipo en el departamento de Lalo, que sirve también de oficina para la editorial, en un edificio de los años cuarenta del siglo pasado, digno aunque mal mantenido, de la colonia Ciudad de los Deportes, *frente a la puerta tres de la plaza de toros México*, según rezan las indicaciones para llegar. La espaciosa sala alberga el centro de acuerdos y trabajo del grupo que forman hoy Ximena, Astrid, Daniel, Zazil, Diego y Silvia, además de Lalo, con poco que destacar más allá de un enorme mesa y una vie-

Escaneado con CamScanner

ja Mac sobre ella, así como de los esperados montones de papeles. Para hacerlo más acogedor, la reunión fue en un pequeño cuarto con una ventana que mira hacia otros edificios y azoteas, con un mobiliario modesto, compuesto de unos sillones que ya vieron pasar sus mejores momentos, una televisión y dos bibliotecas con material variopinto (nos llamaron la atención un diccionario Oxford inglés-español, y un ejemplar de *El libro y sus orillas*, un texto obligado de lectura para los editores mexicanos). Al fondo de la sala otro espacio sirve de depósito para los ejemplares nuevos y los no vendidos de su revista.

Lenguaraz unió a estudiantes de la UNAM, principalmente de letras, y de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, interesados en difundir el trabajo literario de "personas que ocasionalmente escribieran y que tuvieran como producto final un cuento, un poema... Esa persona podría publicar en *Lenguaraz*". Y como muchos de estos proyectos, "surgió... como surgen la mayoría de las cosas, a partir de una inconformidad, de estas ganas de cambiar algo", dijo Daniel.

En la primera etapa, que termina alrededor del número 10 de *Lenguaraz*, unos dos años y medio después del arranque, todas las energías se canalizaron en darse a conocer y encontrarse, en directo, con sus probables interlocutores. Si había necesidad de recursos, se hacía una fiesta, imprimían la revista y la vendían directamente; para entonces la obligación, la idea de algo formal, a largo plazo, no parece haber estado aún enraizada. Pero "hacia el número 9 o 10" la dejaron de vender en la calle ellos mismos. La razón parece ser la mezcla de varios ingredientes. Por un lado, Gandhi, una red de librerías muy importante en la Ciudad de México y otras urbes, los aceptó en cuatro de sus locales; la UNAM los vendía en la Feria del Libro de Minería, y estaban en el Fondo de Cul-

Escaneado con CamScanner

tura Económica y en Educal. Los canales, aunque débiles, comenzaron a funcionar, y el gozo de la venta directa, que se había ido convirtiendo en una obligación demandante, cesó. También cambiaron los caminos para que la gente llegara a ellos. En la primera etapa, los propios autores ayudaban a la distribución, también los conocidos y los parientes. Una vez que se comenzó a conocer, los llaman, los buscan, ya no son ellos quienes salen a encontrarse con su público, que, por cierto, no se distinguen tajantemente de sus autores.

Desde el número 17, ya con cuatro años a cuestas, CITEM, uno de los mayores intermediarios editoriales, que controla casi la mitad del mercado nacional, los coloca en Sanborns,[1] y al menos en el caso del último número (al momento de la entrevista era el 23), del total vendido, más de la mitad (52%) de los ejemplares se colocó en provincia. Había llegado el momento de dejar el tiempo dedicado a la distribución, ahora en manos de profesionales, para dedicárselo al trabajo editorial, de diseño y de difusión.

Muy a lo Latour, Ximena describe esta fase: "Nosotros maduramos con la revista, o más bien, la revista nos hizo madurar mucho a nosotros". El momento, o el proceso, según lo describe con insistencia esta joven responsable de la gerencia general, ilustra la transformación del proyecto pero también los cambios personales. En otra parte de la entrevista señalan que tuvieron que decidir que ese era su trabajo, que de eso iban a vivir, o mal vivir como señalaron repetidamente, ante la falta de ingresos continuos, seguros, suficientes. El momento parece ilustrar

1. Sanborns es una cadena de cafeterías y tiendas departamentales en México, que ofrece productos de diversas marcas nacionales e internacionales.

Escaneado con CamScanner

ese paso de la idea de la vida como una fiesta a inventar la vida como un deber que tiene que cumplirse (Baricco 2008: 66).

Una vez que la revista se volvió un proyecto vital, adoptado por el equipo de trabajo, resultó evidente "que no podíamos vivir de hacer fiestas y vender en la calle, sí tomamos conciencia, bueno, de que algo sabemos hacer". Y empezaron a vender servicios editoriales hace unos tres o cuatro años (hacia 2008). Iniciaron "con traducciones chiquitas, diseño chico; poco a poco nos volvían a llamar". Así ha sido desde entonces, trabajos pequeños, ocasionales, con algún golpe de suerte, como cuando otros jóvenes vieron la revista y les pidieron que hicieran la suya, una gaceta. "Nos sacó mucho de onda, porque trabajamos toda Semana Santa en eso, desde el plan editorial, el diseño, todo. Esa fue como la primera chambota [trabajo], pagadísima. Para ese momento era buenísimo... Entonces no pagábamos renta" (Daniel). El otro momento de cambio fue cuando decidieron crear la editorial, ya no solo la revista. Y discutiendo en esos momentos sobre su futuro se preguntaron por qué trabajar para otros si lo podían hacer para ellos. Dice Ximena: "Todos odiábamos nuestra vida de asalariados, 'freelanceros' maltratados". El resultado: "Un poco trabajamos para pagar la revista y los libros... Ofrecemos los servicios editoriales... sacamos dinero de ahí, y de ahí se supone que recibimos un sueldo y además inyectamos dinero a la revista, que aún no se logra sostener de los mecanismos que debería, y de los libros que estamos comenzando a publicar".

No hacen falta cálculos complejos para reconocer la imposibilidad práctica de que una revista como *Lenguaraz*, cuya propaganda es por intercambio y que se vende a $23 el ejemplar (unos 2 dólares estadounidenses), subsista de sus ventas. Los propios editores nos dijeron que

Escaneado con CamScanner

no tenían datos precisos sobre distribución, y aunque en México no hay información confiable al respecto, podemos tomar como referente el comportamiento de otras latitudes para unas matemáticas básicas. Suponiendo, en un escenario óptimo, que venden la mitad de sus 3.500 ejemplares a mitad del precio (la otra mitad, o más, se la queda el distribuidor), obtendrían por los cuatro números anuales $161.000, unos $13.416 al mes, poco más de 1.100 dólares mensuales. Y sus libros aportarían muy poco al total. Según los datos que obtuvimos de las ventas en la Primera Feria del Libro Independiente en el Fondo de Cultura Económica (2010), en promedio, cada editorial vendió dos libros diarios durante los quince días del evento. Considerando que el precio promedio del libro en México es de $67 (CERLALC, 2010), los resultados no dejan mucho espacio a la especulación: si una editorial con este volumen de ventas subsiste, no es porque sea un negocio en sí misma.

En la primera entrevista, en octubre de 2010, Lalo mencionó que tenía varios proyectos propios en proceso. Poco después recibimos la noticia de un proyecto de digitalización y comercialización de editoriales independientes, biblitz.com, que era una criatura suya y de dos socios, Feli, poeta y autor publicado bajo el sello *Lenguaraz*, y Manuel, abogado y conocedor del mundo digital. Cuando los pudimos entrevistar, en junio de 2011, Lalo ya no estaba dedicado a este proyecto que, como pudimos entrever, evolucionaba con mayor lentitud de lo esperado, y se había involucrado en otro con la revista *Artes de México.*

La trayectoria de Lalo, como la de *Lenguaraz*, resulta reconocible en muchos entrevistados de proyectos editoriales dirigidos por jóvenes con una continuidad de al menos un par de años, con cierta presencia en el mercado y reconocidos como relevantes por sus propios pares.

Escaneado con CamScanner

Este trayecto comienza por lo general en la universidad, con un proyecto que irá tomando forma con el tiempo (la idea original es publicar, como sea y sea lo que eso signifique en un principio). Si logran cierta continuidad, un bien más que escaso en este medio –y en eso *Lenguaraz* es destacable– el proyecto deberá ser alimentado a partir de otras fuentes financieras obtenidas de trabajos diversos, como traducciones, correcciones de estilo y demás servicios editoriales, en el mejor de los casos, o de tareas disímiles y mal pagadas, en el peor de ellos. Los editores entrevistados han destacado constantemente que están donde quieren, haciendo lo que les gusta. El precio, sin embargo, pareciera ser el de una trayectoria laboral zigzagueante, con ingresos magros, sin prestaciones, un entorno que parece estar hecho a la medida de jóvenes enérgicos, pero que pierde parte de su encanto tan pronto las condiciones cambian, con la aparición de hijos o el aumento en las expectativas de ingresos, por ejemplo.

Lenguaraz también es un ejemplo de lo difícil que resulta consolidar una idea editorial que no siga los cánones comerciales (e incluso para una que los retome con un capital inicial reducido), en un entorno limitado en cuanto a los esquemas de distribución y con una magra presencia de lectores habituales (medio millón, según Escalante, 2007: 116). Muchos títulos, mala distribución y pocas personas interesadas parece una mezcla que lo único que puede asegurar son trayectorias efímeras. Sin embargo, la aparición de publicaciones periódicas es un fenómeno constante, y que parece no haber cedido su dinámica impresa, al menos no de la manera esperada a pesar de la transformación digital. España, Argentina, Perú, Costa Rica, para mencionar algunos casos, presentan síntomas evidentes de una especie de explosión de proyectos que apuestan por temáticas y autores novedosos, y donde

Escaneado con CamScanner

la hoja de cálculo no está en el centro de las discusiones ni de las decisiones.

Datos contra natura

La contabilidad de la cultura es, según Gabriel Zaid, un fenómeno tardío en nuestro país y una especie de actividad contra natura: "es como ignorar su contenido y significado, perderse en lo insignificante: cuántas palabras tiene el Quijote, cuántos gramos pesa, cuántos ejemplares ha vendido" (Zaid, 1996). Sin embargo, la presentación de datos duros sobre el peso de la cultura ha sido útil para sacar del rincón al sector, que ha mostrado ser responsable de generar un porcentaje relevante del PIB.

En 2008, mientras la crisis financiera mundial producía una caída de la demanda y una contracción del 12% del comercio internacional, la exportación de bienes y servicios creativos no detuvo su marcha, duplicando ese fatídico año los niveles alcanzado en 2002, como resultado de una tasa de crecimiento del 14% durante seis años consecutivos.

Y si los datos de la economía creativa destacan su papel en el concierto de las naciones desarrolladas del planeta, el sur parece tener algo que decir. En 2008 casi la mitad (43%) de los bienes y servicios ligados a la creación que circulan por el planeta provienen de esta zona. Y el comercio sur-sur de estos bienes alcanzó casi 60 mil millones de dólares y una tasa de crecimiento, entre 2002 y 2008, de 20% (UNCTAD, 2010: xxiii).

Por su parte, los datos aportados por Ernesto Piedras construyen modelos en ese sentido, y muestran que las industrias culturales y creativas en México representan el 7,3% del PIB, y para el caso específico de la industria

Escaneado con CamScanner

editorial, del 2%, frente al 12% de la maquila, el 10% del petróleo y el 8,2% del turismo. Según este mismo especialista, el mundo editorial mexicano genera unos 700.000 empleos y cuenta con más de 75.000 unidades económicas. Y en los ejemplos más localizados, la situación es similar: "En 2003, las actividades basadas en la cultura y la creatividad registraron una aportación al PIB de la ZMCM de 4,88%, que al incluir el componente de la 'economía sombra' (actividades no capturadas por los procesos estadísticos oficiales) asciende a 8,29 por ciento" (Piedras 2006).

Un acercamiento un poco más detallado, muestra una industria editorial con poco más de 200 editores del sector privado, registrados por la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), que produjeron casi 20 mil títulos (2009) y poco más de 120 millones de ejemplares. La inversión fue de poco más de unos 160 millones de dólares, de los cuales más de las tres cuartas partes (80%) se dedicó a ediciones propias, con un costo de producción promedio estimado de 20,8 pesos. El 18,2% de la inversión se destinó a la elaboración de los libros de secundaria gratuitos, y el restante 1,8% se usó para editar materiales dirigidos a las bibliotecas de aula y escolares.

Con un exiguo mercado de lectores habituales, estas editoriales (y varias independientes) utilizan las necesidades editoriales del Estado para sostener su producción (Escalante, 2007). Más del 30% de la producción de libros en nuestro país correspondió a materiales para programas de gobierno (bibliotecas de aula, escolares y educación secundaria), y la producción del sector público en 2009 fue de 197.327.981 ejemplares, de los que aproximadamente el 60% son libros de texto gratuitos para primaria. Ese mismo año la CANIEM contabilizaba 7.714 empleados de base para el grupo de empresas editoriales

Escaneado con CamScanner

comerciales, 587 eventuales y 4.061 contratos *free lance*, lo que da una idea de la estructura laboral del sector y su tendencia a una clara desintegración vertical de la producción, donde participan, en diversos momentos, buena parte de los editores independientes.

La industria editorial mexicana está construida principalmente para el mercado interno. El 91,1% de los ejemplares se venden en el país, y la mitad de ellos en el D. F. y zona metropolitana (o, si se quiere ver de manera menos centralizada, tres cuartas partes de los libros encuentran sus lectores en tres ciudades: D. F., Guadalajara y Monterrey). Por supuesto, es imposible contar con estadísticas ni remotamente cercanas en detalle para el caso de las editoriales independientes, o inclusive para las universitarias. Es complejo registrar a las editoriales *indie* por la variabilidad constante de estos emprendimientos, lo que vuelve rápidamente obsoletas las estadísticas. Una opción para dibujar este contorno es revisar los directorios de las ferias del libro y algunos intentos de sistematización recientes. Un estudio de 2009, elaborado por la UNAM, y basado en el sistema de información cultural del Conaculta, destaca la existencia en México de 4.739 fondos de unas 200 editoriales, de las cuales tres cuartas partes, 153, se asientan en el D. F. Llama la atención el universo de publicaciones periódicas dedicadas al arte y la cultura, 333, y lo limitado del electrónico: 39. Y se reconocen 80 ferias del libro a nivel nacional: una cuarta parte de ellas tienen sede en la capital del país. Poco más que eso.

Sin embargo, los datos sobre la estructura de los emprendimientos muestran la importancia descomunal que tienen los pequeños esfuerzos en diversas regiones del planeta. En Grecia, Italia y Corea del Sur, por ejemplo, el 60% de las empresas tienen menos de 10 empleados. En Alemania este porcentaje baja a 20%, pero en Gran Bre-

Escaneado con CamScanner

taña supera el 85%, lo que resulta más cercano a México, que tiene más del 95% bajo este rubro (OECD, 2011: 44). Leadbeater y Oakley destacan que el tipo de emprendimientos independientes ingleses son una de las fuerzas motrices más importantes del notable crecimiento del sector cultural del Reino Unido. Y afirman que un porción cada vez mayor del empleo en este sector lo conforman autoempleados, *freelancers* y microempresarios, que muchas veces escapan al encasillamiento de una sola actividad, ya que son, al mismo tiempo, productores, diseñadores, minoristas y promotores (1999: 11). En nuestro caso son editores, en el sentido clásico de seleccionadores de textos y autores, pero también la mayoría de los entrevistados son autores (poetas, una buena parte de ellos), y no solo se hallan vinculados con la palabra impresa sino con el mundo de la comunicación, como Zazil de *Lenguaraz* y Radio Ibero, o Ricardo Sánchez de Textofilia y su relación estrecha con de las artes visuales.

Algunos de estos independientes, los menos, ciertamente, han logrado establecerse como empresas financieramente estables, como Textofilia o Sexto Piso, pero muchas otras parecen conformarse con mantener su proyecto a un tamaño reducido que les permita continuar con su libertad y centrarse en la creatividad. El caso más llamativo es Alias, un proyecto editorial financiado por Damián Ortega, un reconocido artista plástico mexicano. Nos cuenta Sara Schultz:

> Alias, a diferencia de muchas editoriales, no nació siendo una editorial. De hecho, no sé si podría decir que es una editorial. Porque la idea en sí era traducir un libro. Y entonces comenzó con la idea de traducir este texto y él [Damián Ortega] tenía en mente traducir otros, pero, vaya, no había una dirección clara... Alias es una colección. El primer libro

Escaneado con CamScanner

> que se tradujo, que se comenzó a trabajar es este, *Conversando con Marcel Duchamp*, de PiereCabanis, una entrevista. En este libro Damián ya tenía material traducido por él y por otros amigos suyos, todos artistas. Cada uno tradujo uno de los capítulos, por la necesidad un poco de leer la obra y que no estuviera en México. Él, como estudiante de arte y como artista, se enfrentaba continuamente a esta cuestión de querer leer los textos y no se encontraban. Entonces dijo: 'Los voy a traducir yo'. Tuvieron un proyecto previo, que se llamaba *Casper*, que era una revista hecha por artistas, eran fotocopias que circulaban entre ellos. Él cuenta que si uno del grupo se iba de viaje y compraba un libro le sacaban copias y se las rolaban. Alias es una continuación de esa dinámica.

Los activos que poseen son mínimos, a diferencia de las empresas del imaginario colectivo o las que venden los manuales gerenciales. Algo que destaca de las entrevistas que realizamos en los lugares de trabajo es la falta notable de equipo. Lo más llamativo fue alguna que otra pantalla plana, *laptops* y un par de iPads, poco más. Los más establecidos, como Textofilia, cuentan con oficinas propias, pero sus inicios se asemejan a la situación de varios de los proyectos entrevistados:

> Entonces éramos entre repartidores, distribuidores, editores, cobranzas, administradores... La editorial éramos Alfredo y yo... cada uno tenía su pequeña oficina instalada en el estudio de su casa o en su recámara. Al poquito tiempo... [cuando] empezamos a crecer y a tener una facturación un poquito más grande, empezamos a juntar a otras editoriales, [y] rentamos nuestra primer oficina con otro amigo que era editor, pero que hacía otra cosa... Compartíamos un departamento para manejar todo... y contratamos un repartidor... y nosotros nos pusimos a trabajar más en lo que tenía que ver con la edición de libros, y empezamos a planear

Escaneado con CamScanner

> nuestras colecciones... coincidió [que al poco tiempo] en ese mismo edificio se desocupó un departamento pequeñito, en la planta baja... [y] lo renté yo como mi departamento, y al mismo tiempo lo utilizábamos para trabajar... Ahí estuvimos un año. [Después] rentamos un espacio para oficina, un departamento pequeño. Y empezamos a incluir dentro de nuestro trabajo a servicios sociales... lo que empezamos a hacer después era tener un repartidor que era como el empleado contratado y un par de servicios sociales que nos echaban la mano.

Sin capital financiero de fácil acceso, "sus principales activos son la creatividad, las habilidades, la ingenuidad y la imaginación" (Leadbeater y Oakley, 1999:11).

Independencia y circuitos comerciales

Leadbeater y Oakley aseguraban que las industrias culturales tienen la habilidad de crear empleos sustentables que están menos sujetos a las subidas y bajadas de la economía global, como los de las empresas multinacionales o las que son adquiridas por conglomerados omnipresentes. Los datos de la reciente sistematización elaborada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, por su sigla en inglés) sobre emprendimientos muestran niveles de quiebra sorprendentes en naciones cuyo espíritu empresarial tiene un rancio abolengo, como Dinamarca o Estados Unidos (2011: 87), lo que indicaría que esta afirmación puede ser más bien un acto de fe. La aparición y desaparición de proyectos editoriales, principalmente revistas, muestra una compleja combinación de aspectos, como la ausencia de cualidades y conocimientos financieros de sus promotores (algo que en muchos ni siquiera constituye una preocupación,

Escaneado con CamScanner

o incluso contra lo que construyen su proyecto), la existencia de una sobreoferta editorial concentrada en pocas manos, una limitada demanda, esquemas de circulación de los productos editoriales reducidos y orientados a productos de rápida identificación y circulación, y esquemas de apoyo financiero a mediano plazo prácticamente inexistentes.

Muchas veces hemos escuchado y leído que las posibilidades de proyectos casi familiares o de amigos son una ventaja en el mundo editorial, principalmente el alternativo. Jason Epstein, uno de los editores norteamericanos más prestigiosos, tiene dos afirmaciones en ese sentido que vale recuperar aquí: "La industria del libro no es un negocio convencional. Se asemeja a una vocación o a un deporte cuyo objetivo primordial es la actividad en sí misma más que un resultado económico" (2001: 20). Y sostenía también que "la edición de libros es por naturaleza una industria artesanal, descentralizada, improvisada y personal; la realizan mejor grupos pequeños de gente con ideas afines, consagrada a su arte, celosa de su autonomía..." (2001: 17). Sin embargo, las limitantes del mercado interno, la ausencia de una política que favorezca la presencia de estos proyectos más allá de las ciudades o colonias donde se producen, y los reducidos espacios que deja el control del mercado de parte de un puñado de editoriales hacen que uno sospeche de lo anterior.

Lo que sí parece ser corroborable es que "las industrias culturales son intensivas en gente más que en capital" (Leadbeater y Oakley, 1999: 14). Sin duda es lo que abunda en el medio, gente bien formada, con la cabeza llena de ideas. Evidentemente el nivel de los editores es muy alto, comparado con otras actividades o profesiones. Gabriela Jaurgui, de Sur+, describe brevemente su formación:

Escaneado con CamScanner

> Para mí la universidad aquí fue muy difícil. Porque en la UNAM, primero entré a letras normal, de inglesas normal, no SUA [sistema abierto], y todos mis compañeros eran biólogos o querían ser biólogos, pero los botaron en el examen, y entonces estaban todos en letras esperando poder cambiarse el año que entra... Me fui un año de intercambio a Nueva York, y de ahí me fui a Los Ángeles, y aceptaron todos mis créditos en una universidad (Loyola), y terminé letras inglesas... De ahí me súper alentaron a que solicitara un doctorado y Derrida estaba dando clases en una universidad al lado de California, la Universidad de California Irvine, solicité a su programa, me aceptaron, en letras comparadas y teoría... llegué. Entonces ahí hice la maestría, se murió Derrida y yo ya no quise seguir ahí el programa al doctorado. Solicité a otro doctorado en la Universidad del Sur de California, en Los Ángeles y a una maestría en escritura en la Universidad de California, en Riverside, otro pueblo ahí cerca. Me aceptaron en los dos y dije: 'Ps, inguesu madre, me voy a los dos'. Entonces hice al mismo tiempo una maestría y un doctorado, me gradué de la maestría y ya me gradué del doctorado el año pasado.

También son intensivas en relaciones. No cabe duda de que algo así es lo que permite que se lleven a cabo fiestas para recaudar fondos para producir una revista y lleguen cientos de personas, como en los caso de *Lenguaraz* y de Textofilia, pero también, a menor escala, a las presentaciones de revistas como *La Piedra*.

Un aspecto que destacan Leadbeater y Oakley, y que muchos teóricos de las pequeñas empresas han puesto sobre la mesa, es la eficiencia de la inversión de estos pequeños emprendimientos en la creación de empleo, algo que no ha podido hacer el gigantismo burocrático o la apertura a la inversión extranjera, principalmente a grandes grupos. Como lo afirma Zaid, las quinientas mayores

Escaneado con CamScanner

empresas de México en 2002 (con respecto a 2001) aumentaron sus activos (2% real), pero sus ventas descendieron (1,2% real) y su personal disminuyó (2,6%). Un buen ejemplo de que la conexión entre inversiones, crecimiento y empleo no es automática. Pero lo más notable de todo es que para ocupar a dos millones de personas necesitaron activos totales de $6,4 billones: más que todo el PIB ($6,2 billones) y la friolera de $3,2 millones de pesos por persona ocupada. En el caso de las cien mayores multinacionales en México (Expansión, 2010), la cifra sube a $5,1 millones por persona ocupada. Un empleo puede crearse con cien veces menos (decenas de miles de pesos, no millones). Con la inversión que tienen las quinientas mayores empresas, se pueden crear 200 millones de empleos microempresariales (Zaid, 1996). Para el caso editorial independiente no hay datos para comparar, pero es un aspecto sobre el que valdría la pena obtener información de los propios actores.

Un aspecto que nos llamó la atención durante nuestro trabajo fue el hecho de que los independientes desarrollan un modelo de producción que no solo compite sino que establece lazos de colaboración, creatividad y redes de relaciones como modelo de producción característico, que perfilan la manera de organizar negocios a futuro. Aplicación comercial de la creatividad, la llaman. Son, a su manera de ver, una mezcla contradictoria: marcadamente individualistas en sus valores, pero muy colaboradores en sus prácticas de trabajo. Las industrias culturales son el hogar de frecuentes cambios de trabajo, donde se arman y desarman sociedades, amistades, proyectos, y en ese proceso las ideas y las habilidades circulan. Donde predominan los proyectos basados en equipos que se arman y desarman, la gente tiene que aprender rápidamente a confiar en los demás. Leadbeter y Oakley lo definen

Escaneado con CamScanner

como "colaboración para la competencia" (1999: 25); un ámbito donde se mezclan, de manera particular, dos afirmaciones aparentemente incompatibles, la de campo de Bourdieu, en tanto espacio de lucha, de enfrentamiento por ir ganando posiciones de manera constante, y la de mundos de Becker, como ámbitos de cooperación. Textofilia ha logrado hacerse de espacios cada vez mayores con prácticas solidarias (claro que no exclusivamente):

> ¿A quién más tenemos ahorita? Bueno, proyectos más como Mondao, que son proyectos que están haciendo artistas que editan. Textofilia sigue teniendo como un contacto muy directo con la parte de las artes plásticas. Con Editorial Diamantina de Cristina Faesler, que son los que editaron AB-CDF, y que están haciendo la colección Espía... Pero algunas de estas casas la verdad es que... las seguimos apoyando desde un punto que es más como una suerte de... apoyo a la edición independiente. Porque creo o no, la forma en que hemos avanzado y eso lo agradezco, nos ha ido permitiendo continuar apoyando a estas editoriales, pero ya más como una cuestión de echarles la mano, que como un negocio... [Echarles una mano] en el sentido de que va a ser difícil que alguien más los tome para distribuirlos, porque lo que ellos facturan de manera mensual no es suficiente para que alguien se aviente el paquete.

A pesar de la incertidumbre en la que se mueven, lo que da lugar a trayectorias multicolores, es posible, siguiendo a Leadbeter y Oakley (1999), identificar tres momentos críticos del ciclo de emprendimientos juveniles/jóvenes:

1. *Gestación.* Los independientes dedican una buena parte de su tiempo, varios años, al inicio de sus carreras tratando de descubrir lo que les gusta y para qué son buenos. Es un período caótico, sin objetivos

Escaneado con CamScanner

claros, pero que resulta vital porque se va adquiriendo un sentido de vocación, que generalmente obtienen alrededor de un proyecto editorial propio. En este momento, los apoyos o subvenciones juegan un papel central para ofrecerles posibilidades a proyectos de difícil construcción. Desafortunadamente, para el caso editorial las posibilidades son muy limitadas.

2. *Crecimiento.* A diferencia de lo que sostienen Leadbeater y Oakley, para quienes el paso siguiente a resolver es el de las habilidades comerciales que permiten enfrentar la posibilidad de crecimiento a través de un proyecto propio o de la venta de servicios (1999), en el caso editorial juvenil independiente, salvo contadas excepciones, el tema comercial es tangencial, aunque la preocupación es la continuidad del proyecto.
3. *El desarrollo de un producto propio.* Alrededor de esto giran las editoriales entrevistadas, junto con la posibilidad de vender servicios. Todos los editores entrevistados, salvo Textofilia, parecen sentirse bien con el tamaño de su emprendimiento, que, por cierto, es un modelo muy marcado en el caso mexicano, como lo vimos en el estudio de la OCDE (2011).

De qué están hechos los independientes

El sentido de independencia es lo que caracteriza a este sector. Rara vez el autoempleo es un paso para ocupar un puesto en una empresa mayor; generalmente vienen de experiencias en grupos editoriales grandes, a los que pueden regresar ocasionalmente. Nos cuenta Sara Schultz, de Alias:

Escaneado con CamScanner

Justo cuando yo acababa, casi acababa, de entrar a la carrera (creo que iba en segundo semestre) fue la huelga de la UNAM... Esperaba que se resolviera, pero como no se resolvía, la espera se volvió insoportable, porque era un limbo, y me dije: tengo que hacer algo. Y empecé a trabajar con Miguel Ángel Porrúa. Ahí hacía lo más básico y elemental. Leía, leía todo lo que caía en las manos. Él publica textos jurídicos, poesía, narrativa. Aprendí mucho con él. Pero era un trabajo que... Yo checaba [registraba la entrada y la salida] tarjeta a las 7 de la mañana... Después trabajé *free lance* para Artes de México. Y después entré a Santillana donde estuve un buen rato. En ese lapso sucedió lo de Alias. En Santillana estuve hasta 2009. Trabajaba en dos lugares a la vez. El trabajo de Alias no exigía mucho tiempo. Pero hubo un momento en el que yo solo coordiné la traducción. En ese momento a mi me ascendieron como editora de Aguilar, y eso me requería concentración absoluta. En ese lapso publicaron un libro. Cuando salí de Santillana, con el recorte de la crisis, y me integré a Alias. Ahora tengo dos trabajos fijos. Este de Alias y otro que es una revista, como de filosofía, ensayo, literatura. Con Javier Sicilia, *Conspitario*. Es una publicación relativamente nueva. Las dos cosas me las planteo como medio tiempo. Y luego, pues sí tengo cosas *free lance*. Cuando salen y cuando hay tiempo... ¡Ah! Y tengo otro trabajo más, ahora que me acuerdo. Una de las autoras de Santillana, de Aguilar, me siguió, y le reviso sus textos. Porque tiene varias columnas. Es Gabi Vargas. Eso también es un trabajo fijo. Soy su correctora personal.

Reconocen la inestabilidad laboral y favorecen el hacer lo que creen es adecuado, teniendo como espejo de lo que no desean el recibir órdenes; no parecen estar preocupados por una carrera a la manera antigua, cuidan el trabajo editorial, que tradicionalmente ha sido el que ellos reproducen; la pequeña escala es tanto una obligación impuesta (por las condiciones económicas y el mercado editorial)

Escaneado con CamScanner

como un deseo, un modelo de trabajo asumido. Optar por este modelo, según Leadbeater y Oakley les da sentido de autoridad y de propiedad; les ofrece la manera más adecuada de llevar adelante su propio trabajo (1999: 22).

Y esto no significa construir un emprendimiento esperando el subsidio estatal. Aunque en México los subsidios públicos han dejado hace algún tiempo de ser vistos como una forma de compra de conciencias, nuestros entrevistados siguen necesitando desmarcarse de ese tipo de apoyos y de otros. Sostiene Luigi Amara, de Tumbona: "Sí, las relaciones con las librerías, ya sean las institucionales o las privadas, de las editoriales independientes, siempre son de reserva, duda, escepticismo total, ¿no? O sea, un ejemplo, cuando hicimos la feria en el Fondo de Cultura, la primera reunión que tuvimos ya con la gente que iba como a ayudar a hacer la feria con ellos... el primer comentario fue: 'Bueno, pero ni crean que para las editoriales que van a estar en la feria, esta será su entrada al Fondo de Cultura, ¿eh? [risas] O sea, ni crean'. Bueno, entonces para qué la hacemos".

Lo que no necesariamente aparece en el caso de los editores es su interés por probarse en el mercado; al menos no a través de los modelos establecidos, que se consideran tomados por grandes grupos. Hay un interés claro por buscar esquemas diversos para un público reducido, como ventas nocturnas, eventos de uno o pocos días, aprovechando los espacios que se van abriendo (Tercera Edición en el Museo de Arte Carrillo Gil, o el Centro Cultural España, que hoy es un punto importante de promoción para este sector en la Ciudad de México), o inventar modelos de ventas singulares, como el carrito chicharronero de *Alias*. Pero no habría que considerar esta como la postura dominante. La relación con el mercado de parte de los independientes recorre todos los posibles matices

Escaneado con CamScanner

del espectro. Tal vez haya que mirarlos como quienes tratan, muy a tientas, de construir un camino intermedio entre Estado y mercado. Pero podríamos coincidir con Leadbeater y Oakley en que los independientes tienen una aceptación pragmática del mercado; no están ideológicamente comprometidos con esa perspectiva (1999), pero si les permite desarrollarse, la toman (y si el apoyo estatal les sirve para continuar, y en muchos casos para sobrevivir, también es bienvenido).

Hay varias oleadas que han ido modelando los emprendimientos independientes. Una añeja tiene que ver con una tendencia de este sector a desarrollar proyectos propios, desde grupos de rock hasta despachos de arquitectos, lo que se ha visto fortalecido por una cada vez mayor facilidad para la producción individual. Una segunda oleada seguramente tiene que ver con la incapacidad del modelo neoliberal, establecido en México desde el gobierno de De la Madrid (1982-1988) a la fecha y continuado por los gobiernos panistas. La marca, en términos laborales, ha sido la incapacidad de generar empleos suficientes que le sigan el paso al crecimiento demográfico y aprovechen el bono demográfico. Ante esto, y los permanentes recortes del papel de Estado, principal sostén de muchas de las actividades creativas, la opción ha sido el autoempleo y la búsqueda de posibilidades en diversos ámbitos. Habría que revisar si con la apertura del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC), el impacto en las formas de empleo y la promoción de un modelo de emprendedor más a la manera norteamericana, influyó sobre este sector. También el impacto de los nuevos modelos, la tecnología que facilita la producción y baja los costos.

Llama la atención que, salvo los apoyos conseguidos a través del Programa Edmundo Valadés o mediante el

Escaneado con CamScanner

programa de coinversiones, ambos de Conaculta, nadie mencionó la posibilidad de acercarse a un banco o buscar algún esquema financiero específico. Las empresas, los proyectos, se llevan adelante con mucho trabajo propio y en equipo, poco o mal pagado, cuando lo es, con recursos obtenidos de fiestas, de apoyos de algún mecenas caído del cielo, pero en ningún momento se habló ni parece habérseles pasado por la cabeza conseguir dinero fresco pagando intereses. Por supuesto que las altísimas tasas de interés que cobran los intermediarios financieros mexicanos, la inestabilidad congénita del modelo de desarrollo, en particular de las finanzas personales más que las alardeadas estabilidades macroeconómicas, serían suficientes para explicar la aversión a este tipo de instrumentos. Sin embargo, la ausencia de posibilidades al alcance de la mano impide evaluar otras opciones.

Neoliberales inconscientes

El trabajo creador presenta desde hace tiempo características particulares, que muchos comienzan a ver como el modelo seguido por el empleo en esta fase neoliberal del capitalismo, donde la regla es el empleo temporal, diverso, con bajas remuneraciones a pesar de las altas calificaciones académicas de la mayoría de los artistas, y la falta de prestaciones.

La situación está lejos de ser local, como podría pensarse en el caso de las economías emergentes, y se extiende a las naciones que forman parte del G8. Tal es el caso de Gran Bretaña, donde el 13% del sector cultural tiene empleos temporales, lo que duplica el promedio nacional. "Esto significa que cerca del 40% de la fuerza de trabajo cuyo empleo principal se halla en el sector cultural se da

Escaneado con CamScanner

como autoempleo y alrededor del 60% de la fuerza laboral es autoempleada o trabaja para empresas o negocios que cuentan con menos de 25 empleados" (Leadbeter y Oakaley, 1999: 21). Los mismos autores también señalan algo que aparece en otros análisis: la fuerza de trabajo de estos sectores es "desproporcionadamente joven" (1999: 21). Un tercio de la gente que trabaja en este sector tiene entre 20 y 34, comparado con el 26% de toda la economía. Mencionan que el autoempleo es más alto en las industrias y los sectores más nuevos y menos en los viejos sectores subsidiados (30% de la fuerza de trabajo de artes visuales, museos y bibliotecas tiene más de 50 años, mientras que una quinta parte de quienes trabajan en la industria del cine tiene menos de 25).

Becker y Strauss (1956; véase también Craig, 2007: 45-46) sostienen que el reconocimiento público de una ocupación afecta los tiempos de reclutamiento, y el conocimiento general de una ocupación puede conducir a una identificación temprana con su ámbito. Las estadísticas disponibles confirman que quienes forman parte del campo artístico en México son más jóvenes que el resto de los ocupados. Con datos del Observatorio laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) para el primer trimestre de 2011, sabemos que en México los profesionales con empleo, cuya edad oscila entre los 20 y los 24 años, se concentran mayoritariamente en las áreas de ciencias sociales y humanidades (de donde provienen principalmente los participantes en el campo editorial), así como en las ingenierías. El siguiente grupo de edad, de 25 a 34 años, trabaja en mayor medida en las áreas de artes, humanidades, arquitectura, urbanismo y diseño, todos ellos dentro de las industrias culturales o creativas. Esto confirma una tendencia observada en otros lugares y, como veremos más adelante, es un rasgo estructural que

Escaneado con CamScanner

explica parte del comportamiento laboral de este sector.

Ulrich Beck abre *Un nuevo mundo feliz* con esta afirmación apocalíptica:

> La consecuencia involuntaria de la utopía neoliberal del libre mercado es la brasileñización de Occidente. Lo que más llama la atención en el actual panorama laboral a escala mundial no es solo el elevado índice de paro en los países europeos, el denominado milagro del empleo en Estados Unidos o el paso de la sociedad del trabajo a la sociedad del saber, es decir, qué aspecto tendrá en el futuro el trabajo en el ámbito de la información. Es, más bien, el gran parecido que se advierte en la evolución del trabajo en los denominados primero y tercer mundos. Estamos asistiendo a la irrupción de lo precario, discontinuo, impreciso e informal en ese fortín que es la sociedad del pleno empleo de Occidente. Con otras palabras: la multiplicidad, complejidad e inseguridad en el trabajo, así como el modo de vida del sur en general, se están extendiendo a los centros neurálgicos del mundo occidental (2000: 9).

Pierre Michel Menger, por su parte, en su análisis del mercado laboral de los creadores, inclinado hacia la izquierda del espectro político y preocupado por las condiciones de igualdad del conjunto de la sociedad, destaca la ironía de que este sector

> ha desarrollado un motor insuperable para jerarquizar a los artistas por su nivel de calidad y valor en el mercado, para seleccionar y señalar los mejores trabajos en un océano de productos a través de un modelo donde el ganador se lleva todo y por infinitas comparaciones competitivas, dejando que el remolino de las modas promueva o elimine a los aspirantes a súper estrellas, celebrando las carreras meteóricas y la celebridad efímera, y proporcionándole a la civilización panteones de valores eternos (2006: 804).

Escaneado con CamScanner

A este entorno hay que agregarle una transformación propia del mercado laboral nacional: reducción de los diferenciales en las remuneraciones de las ocupaciones más reconocidas socialmente, lo que dio lugar durante la últimas dos décadas a un mercado más homogéneo de profesionales, "caracterizado por una mayor movilidad entre géneros, carreras y ocupaciones, y esto podría ser el resultado de un mercado de profesionistas ofrecido, es decir, con oferta neta excedente, que tiende a reducir las diferencias en las remuneraciones entre los profesionales" (Hernández Laos, 2004). El mercado laboral de los creadores está marcado, en México y en los demás ejemplos que pudimos revisar (Australia, Francia, Estados Unidos), por un proceso paulatino de saturación "en las ocupaciones y los sectores que más requieren de las competencias y habilidades de los egresados universitarios... consecuencia de un acelerado y dinámico proceso de formación de profesionales por parte de las instituciones de educación superior, frente a un desempeño precario de nuestra economía en términos de crecimiento económico" (Hernández Laos, 2004: 109). A esto hay que sumarle un rezago crónico en la materia. León Bendesky: "Se han creado 3,1 millones de puestos de trabajo [...] entre 2000 y la primera mitad de 2011. Si se mantiene la cifra de un millón de entrantes nuevos al mercado de trabajo cada año, habría un déficit de 7,4 millones. Esas personas están en el mercado informal, emigraron o se dedican a otras cosas" (2011).

El único espacio que le permite a un editor llevar a cabo sus propias ideas es un emprendimiento propio. El trabajo en una editorial establecida, donde predomina uno de los extremos del arco artístico (Bourdieu), el centrado en el mercado, no parece opción. Y es el modelo para tratar de desarrollar un proyecto propio que per-

Escaneado con CamScanner

mita conjuntar dos ingredientes centrales: subsistencia y desarrollo personal.

El reticente Gutenberg binario

En una reciente entrada (10 de octubre de 2011) en su blog "Libros y bitios", el editor español José Antonio Millán traza las primeras pinceladas con las que quiere dibujar a unos jóvenes editores independientes y digitales que encontró en la feria Liber Digital. Como no hay prácticamente nada escrito al respecto valga aquí citar con cierta extensión este identikit:

> Son muy jóvenes, tienen proyectos en fase de inicio, están por todas partes: Barcelona, Madrid, Valencia, la mayoría edita solo digitalmente, muchos están en la edición digital porque la ven como la única salida para publicar, se mueven entre la apertura más completa de la obra y el uso de canales cerrados y de pago, pero tienen por lo general una política anti DRM [Digital Rights Management], abarcan un abanico amplio de géneros: de infantil a narrativa y ensayo, pasando por clásicos, algunos apuestan por géneros poco extensos, no aptos para una obra impresa, editan para un abanico de formatos y plataformas: web, iPhone/iPad, e-readers, muchos de sus proyectos quieren llegar al público más allá de las fronteras del Estado español, no se fían de las distribuidoras digitales generales, por lo que venden por lo general desde sus propias webs. Algunos buscan complicidades en librerías y bibliotecas, tratan de llegar al público a través de las redes sociales, pero se quejan de que esto no les genera ni muchas ventas ni comunicación con sus lectores, tienen dificultad para dar visibilidad a las obras que editan, fijan el precio de venta procurando que sea bajo, aunque teniendo en cuenta con los deseos de retribución de sus autores, el porcentaje para sus autores oscila entre

Escaneado con CamScanner

el 10 y el 40%. Su formación pocas veces es específicamente editorial, tienen estructuras empresariales mínimas o inexistentes, la edición no es para ellos su fuente de ingresos primaria y, sobre todo: tienen muchas ganas de editar, de probar procedimientos y caminos nuevos.

Con pocos retoques el perfil se podría aplicar a quienes editan en papel. Así son estos tiempos. Las transformaciones del libro no son resultado exclusivo, como ha querido verse, de los impactos tecnológicos, sino de la forma en que el entorno de prácticas y perspectivas que han alimentado su quehacer recibe y pone en marcha procesos de largo alcance. Sus mutaciones se enmarcan en procesos amplios, globales, cuya descripción es necesaria para contar con un marco de referencia en el que sea inteligible la situación editorial actual y se puedan delinear sus posibles futuros.

Pocos podrían oponerse a la afirmación de que el mundo del libro está cambiando. Los tiempos heroicos de la edición, como los define un sociólogo francés, comienzan a ser historia. Entre otros Iván Illich, *En el viñedo del texto*, dedicado a conmemorar el nacimiento de la lectura escolástica, afirmó: "El libro ha dejado de ser la metáfora raíz de la época; la pantalla lo ha reemplazado. El texto alfabético es una más de las múltiples formas de codificar algo, que ahora se denomina 'mensaje'. Y, coincidiendo con Georges Steiner, "la cultura libresca puede reconocerse ahora claramente como un fenómeno de una época y no como un paso lógicamente necesario en el progreso hacia el uso racional del alfabeto" (Illich, 2002: 9).

Esos días se están yendo. El mundo del libro, entendido hoy, no sin cierto rubor, como alta cultura, ha dado paso a una práctica vinculada estrechamente a la comercialización y al consumo, ha iniciado un proceso de des-

Escaneado con CamScanner

vinculación del alfabeto con la forma sólida que adquirió durante siglos, de su lado material (no es azaroso que Google llame a su nueva librería electrónica Books Unbound), y toda la cadena de producción, desde el editor hasta el lector, se ha visto sacudida en sus convicciones y busca desesperadamente nuevos asideros. Sin embargo, una cosa es lo que sucede en la edición norteamericana y otra en nuestro país; un proceso y un tiempo afectan a las editoriales comerciales y otro, aparentemente distinto, a quienes tienen una presencia limitada en el mercado.

Tal vez uno de los aspectos más llamativos de las entrevistas con jóvenes editores mexicanos sea la relativamente poca importancia de lo digital en su cotidianeidad editorial. Suele limitarse a lo ya tradicional, como el uso de una Mac para editar o el empleo intensivo de Internet, y de las redes sociales, no muy por encima de los resultados arrojados por estudios recientes: Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas, y del trabajo de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), Estudio de los hábitos de los usuarios de Internet en México.

He aquí lo que sostuvo uno de los fundadores de Textofilia ante una pregunta expresa sobre su opinión del paso del papel a lo digital: "Yo creo que ahorita, ahorita en México todavía no es un problema. O sea, en México todavía la gente no tiene una cultura digital tan desarrollada como en otros países de Europa o en Estados Unidos, eso no implica que dentro de poco, a lo mejor esto va a estar más fuerte. Estamos comenzando a trabajar ya con un proveedor que nos haga los títulos digitales. Porque, por ejemplo, de entrada el hecho de tener sitio web nos funciona de maravilla, ¿no? Hay muchas ventas que se manejan por Internet... Vendemos directo, por medio de Internet y se manda a diferentes partes del mundo,

Escaneado con CamScanner

los libros... El tema *e-book* ya lo estamos trabajando, justo ahorita estamos viendo a unos proveedores para empezar a convertir todos nuestros títulos a *e-book* y tener ya la salida de empezar a meternos a otros lados. Si funciona eso, queremos entrar a la tienda digital de Amazon –que también ya estamos dándonos de alta con los de Amazon– y empezar a trabajar con la tienda que está creando, que ya creó Macintosh también, de títulos digitales. Sí, estamos en eso, o sea, no es algo que ahorita represente una gran amenaza, pero antes de que nos coman, ya andamos checando [revisando], ya estamos viendo poco a poco, la forma de convertir los títulos no solo a *e-books*, sino a diferentes aplicaciones para poder trabajar con el i-Pad, para poder trabajar con Kindle. Entonces, estamos ahí como actualizándonos y viendo cómo funciona".

Andrea Fuentes, de La caja de cerillos, tiene una opinión ambivalente que comparten otros editores. "Sí tenemos pensado, pero tocarlo en su momento, porque claramente ahora no nos interesa entrar a esa apuesta. El libro digital es como una fantasía; por un lado, es el monstruo que nos iba a devorar hace diez años, y ya pasaron hasta 12 y no pasó nada; y a la vez, ya está presente y mucha gente lo utiliza y los servicios y demás. Está en un lugar muy indefinido, no solo la producción del libro sino cómo se manejan los derechos, cómo se explotan, que es algo que los hace ambiguos. La gente en México que le ha apostado es el Fondo de Cultura Económica, pero no es que les haya remunerado específicamente nada. A nivel internacional hay otras dinámicas, pero los mercados en Europa son otra cosa. Las estrategias, muy distintas de las que conocemos, porque lo que no funciona de un libro es vaciarlo tal cual en Internet. No todos los libros son susceptibles de volverse libros electrónicos. Cuando hago un libro, lo pienso porque lo toco, y el rojo contrasta con

Escaneado con CamScanner

el verde... Digamos que así tendría que pensar uno en otro soporte, que te traiga atractivos distintos. Y eso yo no lo sé hacer".

La mirada desde el lado de los distribuidores de publicaciones independientes en formato digital, por supuesto, es mucho más arrojada que estas. Jocelyn Pantoja, de Librosalacarta.com, uno de los proyectos destacados de digitalización de fondos editoriales alternativos (y de producción sobre demanda), afirmaba hace unos meses:

> Tú empezaste preguntándome por qué el punto de la digitalización, y nosotros lo que queremos es anticipar las prácticas de estas nuevas generaciones que nacen casi con la pantalla integrada y con la pantalla como forma de comunicación con el mundo, ¿no? El lector a partir de la pantalla, creo que para otros, o sea, para mí y para otras generaciones es como muy difícil decir: 'Bueno, el libro, el objeto'. Sí, pero es que ellos ya están fuera de ese tabú, o sea, para ellos lo más sencillo es Wikipedia, Google y... los libros, si los van a buscar y si los van a comprar, los van a buscar y los van a comprar en el modelo iTunes... Lo otro no es que vaya a desaparecer, o sea, hay que dejar de pensar que se nos va a caer el cielo. Y yo lo comparo mucho con la idea del momento en que el cine pasó a la videocasetera ¿no? Y que hubo estas demandas sobre betamax y todas estas historias. No..., resultó que el propio espacio del DVD o de la idea de la reproducción en casa de una película o de comprar una película, abrió muchisísimo más el mercado y retroalimentó el mercado del cine y retroalimentó la industria del cine. Entonces, hay que perderle el miedo, hay que bajarse un poquito del pedestal de yo y mi libro-objeto, y decir: '¿Cómo están leyendo los chavos?'. Y nada más hay que voltear a verlos, o sea, están todo el tiempo tecleando en el celular, así se están comunicando, eso tiene que implicar que también así están leyendo.

Escaneado con CamScanner

Librosalacarta.com y Biblits.com son proyectos empresariales en términos clásicos. Biblits cuenta con un inversionista que pagó el caro desarrollo del sistema de ventas, y Jocelyn dijo: "Sí, por eso creamos la empresa del Librosalacarta.com, que ya es un proyecto netamente empresarial con una cuestión de corrida financiera, con una situación de proyecto de inversión, con números de pesos sobre centavo, con cuenta, con inscripción en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), empleados y demás, y oficina y lámparas y remodelación y todo, ¿no?".

Las expectativas eran muy altas. Jocelyn Pantoja: "Nos fundamos en agosto de 2010, ahorita estamos apenas en la remodelación de la oficina, la página ya se puede consultar... ya están todos los formularios de servicios, toda la calculadora de impresión, todas las cosas que tienen que estar en la página están. Siete meses hemos estado en eso. Y pues aquí estamos, y aquí vamos a estar hasta que... hasta que seamos millonarios, esta vez sí vamos a ser millonarios. O sea, aquí no hay juego, o sea, aquí no es el sueño guajiro de ser millonario, aquí es ya el plan estratégico para ser millonario, ¿no?". Cuando entrevistamos a los coordinadores de Biblits.com notamos un tono mucho menos festivo que el de las notas periodísticas o los estudios que los mencionaban. De hecho, nos propusieron volvernos a juntar en unos seis meses para ver dónde estarían para entonces.

Problemas con los derechos, desconocimiento de la tecnología, ausencia de plataformas unificadas, interés de los autores por evitar el intermediarismo y publicar ellos mismos, el prestigio que aún conserva publicar en papel y con ciertos sellos, entre muchas otras variables, plantean obstáculos culturales a modelos que resultan tecnológicamente impecables. Cierto, Amazon, que tiene alrededor del 15% del mercado, vende más libros digitales que en

Escaneado con CamScanner

papel. Sin embargo, además de mirar atemorizados este fenómeno, los editores, los autores y los libreros podrían preocuparse no solo por entender cómo crece este mercado en Estados Unidos, sino también por qué parece hacerlo a cuentagotas en México. Y no solo aquí. El blog *Actualidad editorial* (<www.actualidadeditorial.com>) nos informa sobre lo liliputiense, tirando a inexistente, del mercado del libro digital europeo. Los datos no pueden ser más elocuentes: "Las cuotas de mercado fluctúan entre los países donde se ha dado el primer paso –como España (1,7%) y Holanda (0,8%)– y los países donde aún no existe un mercado digital propiamente dicho, como Alemania (<0,5%) e Italia (<0,1%)".

Por último, vale la pena mencionar algunos aspectos que destaca un estudio reciente de Octavio Kulesz, *La edición digital en los países en desarrollo*. Parte de las preguntas que propone su autor coinciden con las preocupaciones que hemos tratado de seguir a través de los canales que usamos para obtener información. Uno de ellos tiene que ver con el conocimiento más detallado de manejo tecnológico de los jóvenes editores: qué tecnologías conocen, qué tan extendido está su uso a nivel local, cómo trabajan la maquetación de sus libros, qué oportunidades y peligros imaginan, entre otros aspectos.

Estudiar la situación actual y los posibles futuros del sector editorial juvenil de México permite, en principio, contar con información de primera mano para comparar sus cambios con los de otras industrias creativas o culturales en México, entender las diferentes lógicas que impone lo digital sobre prácticas y concepciones profundamente enraizadas y de largo aliento, y aportar, de ser posible, insumos para las definiciones de políticas para el sector. Si bien el seguimiento de los desempeños de algunas editoriales independientes pone de manifiesto el alcance y

Escaneado con CamScanner

las dificultades de estos emprendimientos, la débil consistencia de la información estadística y estructural sobre el conjunto de la industria editorial en México hace difícil tanto la comparación con procesos de cambio en otros países, como la comprensión de experiencias alternativas de la sociedad mexicana.

La información recogida revela el papel significativo, aunque marginal, de los emprendimientos editoriales juveniles en un mundo digital. Avanza un conocimiento aún inédito sobre sus vínculos con el sistema educativo y el mundo general de la cultura; cuáles son las fuerzas que lo están transformando y cuál es su presencia en nuestra escena pública. Aunque este panorama es más complicado de lo que parece a simple vista, debido a que las empresas editoriales cada vez más tienden a ocupar diferentes campos o interrelacionarse con actores distintos a los tradicionales, coincidimos con Thompson (2005: 7) en que, a pesar de las fronteras borrosas y la superposición de ámbitos, es posible entender y describir sus particularidades y sus formas de competencia.

Deberíamos preguntarnos, como lo señala Joaquín Rodríguez, sobre los tiempos de cambio diferenciados, los contenidos editoriales que son sustituidos con más celeridad y aquellos que "resisten" a la digitalización. Y si estas resistencias al cambio son simplemente el fruto de la obstinación de un industria timorata frente a las transformaciones, "temerosa de perder las certezas sobre las que se basa, o hay algún otro elemento más fundamental que no se haya tenido en cuenta y que esté afianzado de tal manera en nuestra manera de percibir las cosas que desafíe la revolución digital".

También es importante profundizar las dinámicas organizativas y laborales que caracterizan a las industrias creativas y culturales, y en particular a la editorial. Estudios recientes sobre estos ámbitos muestran un panorama

Escaneado con CamScanner

singular de las trayectorias seguidas por quienes forman parte del mundo del arte y de ocupaciones de tipo artesanal (siguiendo la definición de Richard Sennett en *El artesano*) y de las modalidades de trabajo *free lance*, del que parecen ser precursores quienes se desempeñan en estos espacios.

Bibliografía

Abbott, Andrew (1988): *The Systems of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor*, Chicago, The University of Chicago Press.

Baricco, Alessandro (2008): *Los bárbaros. Ensayos sobre la mutación*, Barcelona, Anagrama.

Beck, Ulrich (2001): *Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*, Barcelona, Paidós.

Becker, Howard S. (1953): "Becoming a Marihuana User", *The American Journal of Sociology*, vol. 53, n° 3 (noviembre), pp. 235-242.

— (2008): *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*, Buenos Aires, Universidad de Quilmes.

Becker, Howard S. y Anselm L. Strauss (1956): "Careers, Personality, and Adult Socialization", *The American Journal of Sociology*, vol. 62, n° 3 (noviembre), pp. 253-263.

Bendesky, León (2011): "Rengo presupuesto de 2012", *La Jornada*, disponible en: <www.jornada.unam.mx> [consultado el 12/09/11].

Benkler, Yochai (2006): *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven, Yale University Press.

Bourdieu, Pierre (2005): *Las reglas del arte*, Barcelona, Anagrama.

Escaneado con CamScanner

Bourdieu, Pierre y Loïc J. D. Wacquant (1995): *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, México, Grijalbo.

Bringhurst, Robert (2004): The Elements of Typographic Style, Vancouver, Hartley and Marks Publishers.

CERLALC (2010): *El espacio iberoamericano del libro 2010*, Bogotá, CERLALC.

Cesari, Severino (2009): *Conversaciones con Giulio Einaudi*, Madrid, Trama.

Consejo Nacional de Población (2010): *La situación actual de los jóvenes en México*, México, Conapo.

Cope, Bill y Mary Kalantzis (2009): "Signs of epistemic disruption: Transformations in the knowledge system of the academic journal", *First Monday*, vol. 14, n° 4-6 (abril), disponible en: <www.firstmonday.org>.

Coser, Lewis, Charles Kadushin y Walter W. Powell (1985): *Books. The Culture and Commerce of Publishing*, Chicago, The University of Chicago Press.

Craig, Alisa (2007): "Practicing poetry: a career without a job", en Craig Calhoun y Richard Sennett (eds.), *Practicing culture*, Nueva York y Oxford, Routledge.

Epstein, Jason (2002): *La industria del libro. Pasado, presente y futuro de la edición*, Barcelona, Anagrama.

Escalante Gonzalbo, Fernando (2007): *A la sombra de los libros. Lectura, mercado y vida pública*, México, El Colegio de México.

Expansión (2010): "Las empresas más importantes", disponible en: <www.cnnexpansion.com>.

García Canclini, Néstor (2010a): "Epílogo. La sociedad mexicana vista desde los jóvenes", en Rossana Reguillo (coord.), *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica, Conaculta, pp. 430-444.

— (2010b): *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*, Buenos Aires, Katz.

— (2007): *Lectores, espectadores e internautas*, Barcelona, Gedisa.

Escaneado con CamScanner

— (2004): *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.
— (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
— (coord.) (1994): *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México, Instituto Mexicano de Cinematografía.
— (1993): "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, México, Conaculta.
García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras (2006): *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, México, Siglo XXI.
Hernández Laos, Enrique (2004): "Panorama del mercado laboral de profesionistas en México", *Economía UNAM*, vol. 1, n° 2, pp. 98-109, disponible en: <www.ojs.unam.mx> [consultado en octubre 2011].
Herralde, Jorge (2003): "Pasajes de la edición en nuestros días. Editar en España", *Pasajes de la edición: hablan los profesionales. I Foro Internacional de editores*, México, SEP, CERLALC, Universidad de Guadalajara.
Hesmodhalgh, David y Sara Baker (2011): The Creative *Labour. Media Work in Three Cultural Industries*, Nueva York y Londres, Routledge.
Hesmondhalgh, David (2002): *The Cultural Industries*, Londres, SAGE Publications.
Hopenhayn, Martín (2008): "Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana", *Pensamiento Iberoamericano*, n° 3, pp. 49-71, disponible en: <www.pensamientoiberoamericano.org>.
Illich, Iván (2002): *En el viñedo del texto*, México, Fondo de Cultura Económica.
Katz, Alejandro (2002): "¿Qué es un libro hoy?", en Leandro de Sagastizábal y Fernando Esteves Fros (comps.), *El mundo de la edición de libros*, Buenos Aires, Paidós.

Escaneado con CamScanner

Korda, Michael (2005): *Editar la vida. Mitos y realidades de la industria del libro*, Barcelona, Debate.

Kulesz, Octavio (2011): *La edición digital en los países en desarrollo*, España, Alianza Internacional de los Editores Independientes y Prince Claus Fund for Culture and Development, disponible en: <www.alliance-lab.org>.

Latour, Bruno (2008): *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires, Manantial.

Leadbeater, Charles y Kate Oakley (1999): *The Independents. Britain's New Cultural Entrepreneur*, Londres, Demos.

McRobbie, Angela (2002): "Clubs to companies: notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds", *Cultural Studies*, vol. 16, pp. 516-531.

Melot, Michel (2007): "¿Y cómo va 'la muerte del libro'?", *Istor*, n° 31, pp. 7-26, disponible en: <www.istor.cide.edu>.

— (2004): "Le livre comme forme symbolique", conferencia en el marco del École de l'Institut d'histoire du livre, disponible en: <www.ihl.enssib.fr>. [Trad. esp.: "El libro como forma simbólica", traducción de Raúl Marcó del Pont, Enl@ce: *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, año 5, n° 3 (septiembre-diciembre), 2008, pp. 129-139, disponible en: <www.dialnet.unirioja.es>.]

Menger, Pierre-Michel (2006): "Artistic Labour Markets: Contingent Work, Excess Supply and Occupational Risk Management", en Victor A. Guinzburg y David Throsby (eds.), *Handbook of the Economics of Arts and Culture*, vol. 1, Amsterdam y Oxford, Elsevier.

Menger, Pierre-Michel (1999): "Artistic Labor Markets and Careers", *Annual Review of Sociology*, vol. 25 (agosto), pp. 541-574.

Miller, Laura J. (2007): *Reluctant Capitalists. Bookselling and the Culture of Consumption*, Chicago, The University of Chicago Press.

Escaneado con CamScanner

OECD (2011): *Entrepreneurship at a Glance 2011*, OECD Publishing, disponible en: <www.dx.doi.org>.

Peñalosa, Fernando (1957): *The Mexican book industry*, Nueva York, Scarecrow Press.

Piedras, Ernesto (2006): "Industrias y patrimonio cultural en el desarrollo económico de México", *Cuicuilco, año 13, n° 38* (septiembre-diciembre), pp. 29-46.

— (2004): *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, Conaculta, CANIEM, SOGEM, SACM.

Powell, Walter W. (1985): *Getting into Print. The Decision-Making Process in Scholarly Publishing*, Chicago, The University of Chicago Press.

Reguillo, Rossana (2010): "La condición juvenil en el México contemporáneo. Biografías, incertidumbres y lugares", en Rossana Reguillo (coord.), *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica, Conaculta, pp. 395-429.

Rodríguez, Joaquín: *Los futuros del libro* (blog), disponible en: <http://weblogs.madrimasd.org>.

Sennett, Richard (2009): *El artesano*, Barcelona, Anagrama.

Schiffrin, André (2006): *El control de la palabra. Después de "La edición sin editores"*, Barcelona, Anagrama.

Schiffrin, André (2000): *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*, México, Era.

Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS): Observatorio laboral, disponible en: <www.observatoriolaboral.gob.mx>.

Thompson, John B. (2010): *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty-First Century*, Cambridge, Polity Press.

— (2005): *Books in the Digital Age. The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*, Cambridge, Polity Press

Escaneado con CamScanner

Throsby, David y Virginia Hollister (2003): *Don't Give up Your Day Job: An Economic Study of Professional Artists in Australia*, Sidney, Australian Council for the Arts.

UNCTAD (2010): *Creative Economy Report 2010*, Ginebra, Naciones Unidas

Urteaga Castro Pozo, Maritza (2007): La construcción juvenil de la realidad. Jóvenes mexicanos y contemporáneos, tesis de doctorado en Ciencias Antropológicas, México, UAM-Iztapalapa.

Valdez, M. 2010: "Anexo. Jóvenes en cifras. Mirada entre siglos", en Rossana Reguillo (coord.), *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica, Conaculta, pp. 445-464.

Zaid, Gabriel (1996): *Los demasiados libros*, México: Océano.

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST
OMNIUM SCIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

CAPÍTULO III

CREATIVIDAD Y DESARROLLO: LA MÚSICA POPULAR ALTERNATIVA

Julián Woodside Woods
Claudia Jiménez López
Maritza Urteaga

Al hablar del campo de la producción musical es importante contemplar la complejidad de abordarlo como parte del entorno creativo contemporáneo. Comprender los fenómenos contemporáneos de la creación musical requiere hoy considerar la interacción entre economía (la música en cuanto artículo de consumo, las estrategias comerciales a su alrededor y las estructuras organizativas) y cultura (las prácticas, interpretaciones y modos de vida de los músicos, fans y empleados de la industria), puesto que ella condiciona la creación, circulación y consumo de la música popular (Negus, 2005: 18). Como veremos, para cada estilo musical existen reglas determinadas que dan legitimidad y plantean las dinámicas de interacción entre todos los actores en el interior del campo y con respecto a otros campos de producción musical y artística.

En la presente investigación contemplamos como objeto de estudio la escena de la "música popular alternativa", es decir, aquella que produce bajo las normas de la producción de la música popular comercial y, al mismo

Escaneado con CamScanner

tiempo, busca constantemente nuevas dinámicas creativas que permitan extender su marco de acción a partir de las prácticas de ruptura y cuestionamiento de las generaciones emergentes.

Dentro del campo musical mexicano y mundial existen varias escenas o contextos musicales, cada uno de los cuales está hecho de varias propuestas creativas en torno a las maneras de producir, de trabajar y de relacionarse entre los participantes. Históricamente, el discurrir de este campo durante el siglo XX identifica a la industria discográfica como el modelo dominante de negocio, dando muy poco margen de acción a otras formas de producción musical, como las independientes, alternativas, autogestivas, *amateurs*, etc. Sin embargo, durante las últimas décadas y a partir del impacto tecnológico en la producción, distribución y consumo de la música –cuyo efecto más visible es la crisis del soporte o formato de la industria discográfica del siglo XX–, estas escenas están reemergiendo con gran dinamismo y marcando las tendencias principales de la reorganización económica, comercial y cultural del campo.

Este trabajo se apoya en las conversaciones mantenidas con diversos músicos que conforman redes musicales en Tijuana, Guadalajara, la Ciudad de México, Bogotá, Santiago de Chile y Los Ángeles, que consideran su música como una propuesta alternativa a lo que se ve y se escucha en los medios y disqueras tradicionales; editan sus materiales discográficos por su cuenta y abren medios y foros como propuesta "alternativa" a los espacios consolidados, pero con la posibilidad de insertarse en las dinámicas y prácticas de las disqueras e industria musical transnacional. En este sentido, diversas investigaciones han definido este campo bajo el rubro de "rock" (Frith, 1999; Pacini Hernández, 2004; Puig, 1999). Sin embargo,

Escaneado con CamScanner

consideramos pertinente el nombre de "música popular alternativa" ya que contempla dinámicas que han surgido de otras comunidades musicalmente imaginadas, es decir, aquellas cuyo imaginario se sustenta en un estilo de música (Born, 2000) como la electrónica, el punk, el hip hop y el surf, por lo que hablar solamente de rock limita al lector en relación con imaginario que comprende la presente investigación.

También consideramos que el campo de la música popular alternativa es un entramado sociocultural que se vincula tanto con la industria discográfica consolidada como con las estrategias de actores independientes que quieren formar parte o actúan a partir del rechazo de aquella, por lo cual quien trabaja con la música popular contemporánea

> se enfrenta a un conjunto de canciones, grabaciones, ídolos y estilos que existen como consecuencia de una serie de decisiones, tomadas tanto por los creadores como por los consumidores, sobre lo que es un sonido completamente logrado. Los músicos escriben melodías y ejecutan solos; los productores escogen entre diferentes mezclas de sonido; las discográficas y los programadores de radio deciden qué debe tocarse y qué debe emitirse; los consumidores compran un disco y no otro, y concentran su atención en determinados géneros. Como resultado de todas estas decisiones, aparentemente individuales, aparece un determinado patrón de éxito, gusto y estilo que puede ser explicado sociológicamente (Frith, 2001: 414-415).

Asimismo, los actores que se denominan "independientes" son aquellos que desarrollan procesos creativos y de acercamiento a su público por su propia cuenta, sin necesidad del apoyo o restricción de los intereses de una disquera u otro medio institucionalizado dentro de la es-

Escaneado con CamScanner

cena. Son los músicos que se definen como "autogestivos" dentro o fuera de la industria tradicional, y tienen pleno control de sus acciones y estrategias de comercialización para posteriormente buscar distintos medios de difusión para su música. "Seas independiente o de una disquera, si no agarras las riendas de tu proyecto no va a suceder nada", observa el guitarrista mexicano Alejandro Otaola, recordando que el término independencia ha recorrido varias acepciones y que las sigue recorriendo: "Cuando Santa Sabina se volvió independiente fue cuando lo que la industria esperaba estéticamente o musicalmente no iba acorde a lo que tu proponías estéticamente o de manera creativa, pero ahora en estos días, muchas de las propuestas 'independientes' o *indie* que escuchas suenan exactamente igual a lo que suenan las propuestas del *mainstream*; no les queda más que ser independientes 'en lo que llegan a ser parte de la industria', cuando antes uno era independiente porque no le interesaba ser parte de la industria".

En este campo, si bien la producción musical se encuentra en una reestructuración radical de las formas de interacción entre los distintos actores –creadores, intermediarios y consumidores–, siguen perdurando las dinámicas tradicionales. La conocida crisis de la industria discográfica, expresada en la disminución de las ventas de discos físicos, no se puede confundir con una crisis de la música. Para Thomas Hesse, presidente de la sección de Negocio Digital Global de Sony Music Entertainment,

> la música nunca ha sido tan importante para el consumidor como hoy en día. Cada año vemos un creciente uso de la música y lo que hacemos nosotros como compañías musicales es encontrar nuevas formas de jugar con eso para nuestros intereses (citado en IFPI, 2009: 4).

Escaneado con CamScanner

El objetivo de esta investigación es identificar las prácticas emergentes juveniles dentro del campo de la música popular alternativa a partir de las transformaciones digitales y la manera en la que estas han reconfigurado la industria musical en México y el mundo. Sobre todo, como este campo está formado por actores juveniles involucrados en la creación de las nuevas tendencias musicales y culturales, interesa identificar las maneras en las que han desarrollado dinámicas que estimulan nuevos cambios en la industria musical a partir del impacto tecnológico. Metodológicamente ingresamos a campo con una categoría perentoria, la de jóvenes *trendsetters*, definiéndolos como aquellos con posibilidad de impactar en los discursos musicales contemporáneos a través de sus prácticas en diversos momentos de la producción musical (creación, producción, distribución, organización, etc.). Detectamos en campo músicos y creativos relacionados con la industria musical que poseen sensibilidad y recursos suficientes para interactuar con las herramientas tecnológicas que han potenciado los procesos de creación y producción musical en México y el mundo, a la vez que están obligando a la industria a reaccionar para adaptarse a estos cambios.

Para realizar esta investigación nos valimos de una profunda investigación bibliográfica y hemerográfica relacionada con el campo musical, además de contarnos con la experiencia de varios años en lo que refiere a la música tanto en lo académico (análisis e investigación) como en lo profesional (periodismo y crítica). Realizamos una serie de entrevistas con diversos actores del campo de la producción musical en México; una constante observación activa de los diversos núcleos musicales del país, como la Ciudad de México y Guadalajara; y una aproximación etnográfica a lugares de encuentro, eventos, fo-

Escaneado con CamScanner

ros, festivales y conferencias musicales, como el Vive Latino en la Ciudad de México y el South by Southwest en Austin, Texas. Todo esto con la intención de identificar y comprender las motivaciones y estrategias emergentes relacionadas con la creatividad y el desarrollo de novedosas estrategias comerciales.

A lo largo de la investigación se define un actor con un comportamiento particular como creativo que, a la par de ir construyendo un proyecto musical concreto, teje una red de vínculos que lo dan a conocer tanto con sus similares, como con los agentes de colocación (por ejemplo: medios y disqueras) y con su público. Finalmente, ya que la presencia de los entornos digitales en la producción musical es indudable, es importante comprender el grado de su incorporación en las prácticas cotidianas de los músicos, porque nos permite entender su relación con las estrategias emergentes dentro del campo de las artes.

El texto inicia con la descripción del campo de la producción musical contemporánea y los cambios que han ocurrido, para después presentar las características del entorno musical mexicano y la interacción entre los diversos actores. Posteriormente identificamos algunas estrategias emergentes por parte de la industria discográfica transnacional y algunos actores independientes, para concluir con una serie de recomendaciones y observaciones con respecto a la creatividad y el desarrollo en las redes de la producción musical en México.

Cambios del campo de la producción musical

En la última década ha surgido una gran cantidad de publicaciones que buscan describir y comprender los cambios que han ocurrido en el campo de la producción

Escaneado con CamScanner

musical contemporánea a partir de la digitalización de la música y su distribución, así como del impacto de la incorporación de las nuevas tecnologías en el proceso creativo (Ahonen, 2007; Attali, 2001; Coleman, 2005; Collins, 2007; Cohnheim, Geisinger y Pienika, 2008; Fouce, 2009; Hogan, 2007; Knopper, 2010; Negus, 2005; Pekkilä, Neumeyer y Littlefield, 2006; Ruesga Bono, 2005; Rutten, 1999; Yudice, 2007). A partir de una revisión documental se pueden bosquejar algunas características actuales en la reconfiguración de la producción musical y el impacto de las transformaciones digitales en la industria discográfica mundial y en México.

- Han disminuido considerablemente los costos relacionados con la creación, producción y distribución musical, por lo que en apariencia cualquier persona desde la comodidad de su hogar puede realizar una producción musical que cumpla con los estándares de calidad (en cuanto a sonido, ejecución e impacto) que ha definido la industria.
- Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han permitido el desarrollo de nuevas estrategias de acceso y difusión de la información mediante la participación activa de los consumidores a partir de blogs, sitios *web*, *podcasts*, radios por Internet y redes *Peer to Peer* (P2P).
- Las ventas del disco físico están disminuyendo a la vez que las ventas por Internet han ido en aumento en los últimos seis años, por lo que el disco ha perdido peso como objeto mercantil, estimulando la búsqueda de otras formas de ingreso económico por parte de las disqueras y los músicos.
- La industria en su totalidad está viviendo una reestructuración en la que la modificación de enfoques

Escaneado con CamScanner

y el surgimiento de nuevos actores redefinen las reglas y dinámicas dentro del campo musical.

- Cada vez son menos los "artistas de estadio" ya que la industria se ha fragmentado, potenciando dinámicas mucho más horizontales y permitiendo la apertura de foros de expresión de pequeña y mediana escala.

Entre los efectos más visibles de esta reconfiguración, como se ha señalado, está la crisis de la industria discográfica expresada en una drástica disminución de la venta de discos físicos, realidad posibilitada por los avances tecnológicos de la propia industria que "por un lado, desde hace un siglo se afana en desarrollar sistemas cada vez más perfectos de reproducción de la imagen y del sonido, y, por otro lado, idealiza lo no copiado, lo único" (Schávelzon, 2009: 33).

Paradójicamente, las industrias disqueras han salido en defensa de los derechos de autor, presionando para lograr leyes que prohíban y castiguen "la reproducción sin autorización de las grabaciones musicales" (Pricewaterhouse-Coopers, 2008: 7), igualando en su discurso aquellas copias de "la piratería comercial de CD, la copia privada de los mismos y las descargas gratuitas de música realizadas en Internet" (Calvi, 2006: 122). Sin embargo, como bien apunta Calvi, en 2005 hubo 420 millones de descargas de canciones en Internet a través de las plataformas de distribución y comercialización de música, incrementándose veinte veces con respecto al año 2003 y representando el 6% del mercado global de la música. Asimismo, las plataformas comerciales de música aumentaron de 50 en 2003 a 335 en 2005, ofreciendo el acceso a cerca de 2 millones de canciones por catálogo y a un número de consumidores que rebasa los 20 millones en todo el mundo (Calvi, 2006: 122-123).

Escaneado con CamScanner

Nuevas reglas de producción musical

Si bien la industria musical mantiene una postura renuente en relación con los cambios a partir de criterios previamente establecidos con respecto a la piratería y la libre distribución de la música en el entorno digital, simultáneamente busca reinventarse a sí misma y a sus modelos de negocio para adaptarse a las nuevas formas de demanda y consumo estimuladas por las nuevas tecnologías. "La industria de la música, junto a los sectores de la electrónica, las telecomunicaciones y las empresas de *software*, están aprovechando las características que ofrecen las nuevas redes y tecnologías digitales, dados sus reducidos costes de almacenamiento, distribución y comercialización y la mayor extensión geográfica que estas posibilitan, para establecer nuevos mercados musicales digitales" (Calvi, 2006: 123). Indudablemente, los campos de producción cultural están viviendo un cambio estructural a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías, ya que la emergencia de localidades, fragmentaciones y especificidades del gusto estético "apuntan a una subdivisión de la cultura de masas universal en microculturas mutantes" (Fernández Porta, 2008: 8). En ese sentido, es un hecho que las disqueras cada vez buscan menos vender discos y que apuntan más a *generar contenidos* para las industrias del entretenimiento, como las presentaciones en vivo y las piezas musicales para series de televisión, películas, videojuegos y comerciales. Las principales disqueras transnacionales –Sony, Universal y Warner– tienen a su vez filiales cinematográficas y televisivas, además de desarrollar alianzas con otras industrias de contenidos y medios de comunicación y dar cada vez mayor peso a otras formas de generar insumos, como la venta de celulares y otros desarrollos tecnológicos.

Escaneado con CamScanner

Por otra parte, otro de los efectos visibles que estos cambios han generado es la fragmentación de la cadena productivo-creativa del campo musical. Si antes múltiples agentes se veían involucrados en el proceso de creación-inversión-producción-distribución-comercialización, estimulando principalmente una relación con tendencia a la verticalidad (aunque no era la única forma), actualmente esta fragmentación ha permitido relaciones cada vez más horizontales entre creadores, productores, promotores y consumidores, que se encuentran en algo cercano a una igualdad de condiciones. Es decir, el peso de todos estos agentes dentro del campo de la producción musical se ha reconfigurado. Sin embargo, los cambios son de matiz, ya que al hablar de un campo cultural de producción seguimos encontrando personalidades dominantes o contactos que dan licencias de entrada al campo. Retomando los planteamientos de Pierre Bourdieu (1993), los recién llegados siguen pagando un derecho de admisión para incorporarse al campo. Estas personalidades dominantes se encuentran en los medios de comunicación, las promotoras y las disqueras *major* (como El Sopitas o Rulo, ambos locutores de la estación de radio capitalina Reactor 105.7 del Instituto Mexicano de la Radio, así como algunos *label managers* o "cazatalentos" como Toy Hernández, ex integrante del conjunto de hip hop mexicano Control Machete, que ha fungido como *label manager* de Universal), y sirven como puente conector entre las propuestas que se autodenominan "independientes" y la industria discográfica *major*.

La fragmentación de la cadena productiva facilita ciertos procesos de selección, ya que los creativos llegan con un producto terminado (un disco o un sencillo), eliminando costos de producción y desarrollo a la industria tradicional, para solo preocuparse por la promoción. Asimismo, permite cierta movilidad y nomadismo de las

Escaneado con CamScanner

bandas y músicos entre las escenas musicales del campo. Como el caso de la banda colombiana Doctor Krápula, que vio en Sony Colombia la posibilidad de expandir sus horizontes una vez que sus integrantes consideraron que, de manera independiente, ya no podían hacer más. Sin embargo, esta decisión les significó una fuerte deuda con la disquera y tras dos años de relación se deslindaron de manera contractual de Sony. Actualmente exploran nuevas formas de ser "independientes", con un gran reconocimiento en el territorio colombiano y fuera de él –en noviembre de 2010 contaban con 350.000 seguidores en Facebook, casi 40.000 en Twitter y 15.000 en Myspace–, al punto que actualmente cuentan con dos nominaciones para el Grammy Latino.

Hoy en día el artista no vive de la venta de discos, sino de su música y de la construcción, ampliación y mantenimiento de *redes de trabajo,* tal como en esta investigación se identificó entre los músicos de Tijuana, Guadalajara, la Ciudad de México, Chile y Los Ángeles. Estas redes de trabajo se manifiestan en diversos conjuntos de artistas que interactúan y se encargan de promover eventos y apoyarse en los procesos creativos y de difusión como parte de la constitución y el fortalecimiento de una "industria alternativa" –la que conciben como una "escena intermedia, un espacio de trabajo intermedio con un público para ese nicho de trabajo" (Gerardo Rosado, noviembre de 2010)– que tenga la solidez y penetración que tiene la industria tradicional.

Dinámicas de producción y socialización

Como se ha sostenido más arriba, el campo de la producción musical en México está compuesto por varias

Escaneado con CamScanner

escenas que encarnan en diversas formas sociales de producir la música popular. Es importante anotar que la propuesta de la industria discográfica –con un modelo de negocio vertical y que hoy atraviesa fuertes fracturas– es, a pesar de su enorme importancia económica e ideológica, solo una de ellas. Otra es la escena de la música popular alternativa –hoy muy activa en el campo–, en la cual hemos enfocado nuestro trabajo de investigación. Su comprensión requiere deslizarnos hacia un cruce de perspectivas que posibiliten entender la música como actividad cultural, creativa y económica.

Comprender el devenir de los factores que operan sobre la música como actividad creativa y económica requiere enmarcar las situaciones sociales bajo las cuales se crean las escenas musicales y entender el aspecto cultural de estas como comunidades que actúan alrededor de una actividad. A lo largo de la investigación nos hemos ocupado de entender la escena de la música popular alternativa en México como una red compuesta por múltiples redes de personas, vínculos y actividades que se encuentran unas a otras al perseguir fines comunes. Esta red de redes sostiene a una comunidad de personas que trabajan en un proyecto general que gira en torno a la producción de música y su difusión. Dicha comunidad existe y se desenvuelve de una manera similar a lo que Becker denomina un *mundo del arte* basado en la actividad cooperativa y/o colaborativa de las personas involucradas en la producción de objetos artísticos:

> Los mundos del arte consisten en todas las personas cuya actividad es necesaria para la producción de los trabajos característicos que ese mundo, y tal vez también otros, definen como arte. Los miembros de los mundos del arte coordinan las actividades por las cuales se produce el trabajo haciendo

Escaneado con CamScanner

> referencia a un cuerpo de convenciones que se concretan en una práctica común y objetos de uso frecuente. Las mismas personas a menudo cooperan de manera reiterada y hasta rutinaria, de formas similares para producir trabajos similares, de modo que puede pensarse un mundo del arte como una red establecida de vínculos cooperativos entre los participantes (Becker, 2008: 54).

Esta red es un sistema abierto cuyos límites se difuminan en su interacción con otros mundos del arte y el exterior, ocasionando que se encuentren íntimas y extensas relaciones con los mundos de los que se tratan de distinguir, como el de la industria discográfica, por ejemplo. "Los mundos del arte no tienen límites, de modo que no puede decirse que un grupo de personas pertenece a un mundo del arte particular al que otras personas no pertenecen" (Becker, 2008: 55). Este mundo del arte se encuentra influido por el resto de las actividades que realizan sus participantes en sus vidas cotidianas, que van desde sus actividades de recreación hasta su rol como ciudadanos, y con frecuencia segundos empleos para obtener recursos. Así, las fronteras de este sistema no están cerradas y es vulnerable de ser modificado por las propias situaciones sociales, políticas y económicas que embisten la vida cotidiana de sus participantes.

Para Becker, los mundos del arte son concebidos como redes de colaboración entre los artistas participantes. La colaboración, la cooperación, la participación y el trabajo son el vehículo mediante el cual se generan y se distribuyen las ideas en una dinámica de caos que, lejos de permitir reglas establecidas, continuamente las están modificando y reordenando en función de nuevas estrategias creativas y de cambio.

Escaneado con CamScanner

> El mundo existe en la actividad cooperativa de esas personas, no como una estructura ni una organización, y usamos esas palabras solo para dar idea de redes de personas que cooperan. Por motivos prácticos, por lo general reconocemos que la cooperación entre muchas personas es tan periférica y relativamente poco importante que no hace falta considerarla, teniendo en cuenta que esas cosas cambian y que aquello que hoy no es importante puede serlo, y mucho, mañana, cuando de pronto ese tipo de cooperación puede resultar difícil de obtener (Becker, 2008: 55).

A lo largo de la investigación, encontramos fuertes vínculos de apoyo entre los músicos de la escena de la música popular alternativa mexicana; y una atención enfática en promover las colaboraciones entre colegas, ya sea para hacer música, para difundirla o para generar proyectos de difusión. Las relaciones sociales adquieren un carácter motriz para las dinámicas de este mundo del arte, y los espacios y las actividades de esparcimiento, ocio y recreación de la socialidad adquieren un relevante papel en tanto proveen las condiciones para que estos encuentros de planificación y emprendimiento de proyectos se den consecutivamente. Como sostuvo un músico, "el trabajo que he hecho es por la amistad, en general son mis amigos –o se van haciendo mis amigos en el camino–, nunca he trabajado con nadie con el que yo no haya generado una relación de vínculo, creo que es clave para mí" (Gepe, Chile, 2011).

Lo que sigue desarrolla las características en la configuración y los aspectos estructurales en la organización de las redes de creativos, que comprenden a los músicos y a todos los actores involucrados en el proceso de creación y distribución de la música –disqueras, managers, medios e incluso las audiencias– y su relación con las industrias culturales.

Escaneado con CamScanner

Redes de colaboración de los jóvenes

Proponemos un acercamiento a las dinámicas de relaciones sociales que conforman el mundo de la música a fin de desmenuzar cómo responde este campo a las situaciones que están modificándolo como industria. Nuestro punto de partida: las últimas décadas del siglo XX, cuando la industria discográfica tenía como motor económico la venta exitosa del disco grabado, sin preocuparse por comprender a fondo la complejidad del campo en el que se desenvolvía esta cadena de producción como tal. Esta falta de comprensión fijó un parámetro y un modelo que actualmente están caducando: el artista y las disqueras que vivían de las ventas de sus discos no existen más.

La escena de la música popular alternativa es una red conformada por múltiples redes de vínculos humanos de cooperación y colaboración, una macrored de inteligencias que, a partir del trabajo, redefinen y crean nuevas dinámicas de interacción y sientan las dinámicas del juego para el campo. Una colectividad en la que "el trabajo puede ser generalmente organizado de manera más eficiente en el contexto de una comunidad en lugar del contexto de una corporación" (Howe, 2008: 8). En ella, "cada uno de los miembros colabora en un objetivo colectivo, que es al mismo tiempo personal" (Marina, 2010: 45), en dimensiones mixtas de relaciones horizontales y verticales, que lo moldean continuamente e impulsan a generar alternativas tanto para satisfacer sus necesidades creativas como para difundir los objetos que se producen. Es una comunidad que responde a ciertos criterios de organización, pero que por su constante movilidad reacciona a lo que acontece en el campo modificándose y resignificándose.

José Antonio Marina (2010) define estas comunidades como "inteligencias compartidas", en las que el su-

Escaneado con CamScanner

jeto construye y es construido por el campo en el que se encuentra participando. El desarrollo de este campo, sus dinámicas de acción y sus convenciones se encuentran movilizados continuamente por el trabajo de sus participantes, y el trabajo creativo de estos agentes contribuye a la creación de un objeto que los supera a nivel individual. Así, los sujetos producen objetos físicos, como canciones o álbumes, y en esos procesos creativos van configurando un producto objetivo común mayor: la escena y el campo mismo, condicionados por las direcciones que tomen las estrategias de difusión de los agentes que lo conforman. "Un nuevo aspecto de la inteligencia compartida, que emerge de la interacción, es que puede producir un resultado mayor o menor del que teóricamente sería predecible de la suma de sus componentes. Su capacidad de resolver problemas es superior" (Marina, 2010: 45). A nivel individual el sujeto se encuentra resolviendo problemas cotidianos, pero sus decisiones repercuten en el devenir de sus redes. Diría un músico y productor: "Nosotros sumamos a lo que los propios grupos ya hacen y esas sumas tienen que ver con la vinculación que unos grupos abren en una escena a la que no pertenece otro grupo. Nosotros, al estar en medio y tener la información, podemos vincular las redes y los grupos" (Salvador Toache, 2011). Negus observa que "la experiencia del músico y las inquietudes del trabajador de la industria aceptan el caos y la confusión como explicación real de la vida social y la existencia organizativa, negando que toda la mezcla pueda tener cualquier tipo de explicación sistemática o 'académica'" (2005: 26), de manera que, al estudiar dichas redes, se pueden percibir en concreto las experiencias y las estrategias de cada uno de los miembros, pero la complejidad de sus relaciones escapa, por ahora, a toda posibilidad de ilustración. En realidad, la comunidad produ-

Escaneado con CamScanner

ce un saber colectivo omnipresente, que se encuentra en cada una de las inteligencias que lo comparten y en cada vínculo que establecen con sus similares. Es un producto exógeno generado por los sujetos creativos, por los objetos que son creados y por estas mismas dinámicas que, al mismo tiempo, son un saber apropiado por cada uno de sus miembros desde su inserción a la red; una creación objetiva común que dota a sus miembros de capital de conocimiento básico para desenvolverse en el campo, para responder a las convenciones de trabajo en el campo y también para generar estilos y formas de creación. Ese saber colectivo es un imaginario en el que se comparten, además de estrategias, sonidos, estilos, géneros que son aceptados o rechazados; es un saber que involucra el reconocimiento de los puestos y las posiciones de los otros en el campo, al igual que un bagaje de reconocimiento de los proyectos y figuras que se desenvuelven en este. Así es como los nuevos sonidos y estilos van gestándose y son apropiados por todos los miembros del campo, también es como se esparcen los vicios y las virtudes en los mecanismos operativos del campo en términos relacionales, mientras se potencian las competencias y se gestan conflictos que generan estrategias disímiles y diversas.

El *trabajo* y la *calidad del trabajo* que cada uno de los participantes aporte sostiene criterios basados en una *economía de la reputación* (Howe, 2008), donde *la meritocracia* aparece como moneda de cambio y dota a los actores del prestigio y la reputación necesarios para lograr una mayor cantidad de vínculos sociales, que eventualmente se verán reflejados en mayores posibilidades de trabajo. Los participantes se encuentran inmersos en una búsqueda de prestigio como creativos. En palabras de Gerardo Rosado, director del sello independiente Intolerancia, la escena mexicana está cada vez más cerca de consolidar esta diná-

Escaneado con CamScanner

mica de meritocracia: "Nos estamos acercando a la primera oportunidad que tenemos de una meritocracia en la música en México, tuvimos una de las líneas más duras en cuanto a imposición de contenidos durante años, uno de los aparatos más poderosos totalmente sobornados pero más difíciles de penetrar, y ese aparato se vino abajo. Ya ni el aparato mediático más poderoso que exista es capaz de imponer un contenido a estas alturas; eso, para mí, es una victoria monumental, y nosotros estamos en ese espacio teniendo la libertad de trabajar, no con una bonanza increíble, pero no es una disquera que esté fundada para conseguir únicamente fines monetarios".

Esta red, abierta y meritocrática, ha ido respondiendo a las modificaciones sociales que las nuevas tecnologías han traído consigo. El músico está cada vez más cerca de sus públicos y sus públicos están cada vez más activos en la red a partir del *crowdsourcing*, práctica que ha potenciado las posibilidades creativas de las sociedades en general a partir de la masificación de las tecnologías. "El *crowdsourcing* tiene la capacidad de formar un tipo de meritocracia perfecta. Lejos están el *pedigree*, la raza, el género, la edad y la certificación, lo que queda es la cualidad del trabajo en sí" (Howe, 2008: 13). El público crea, adopta y promueve los trabajos que le agradan sin opiniones dirigidas de por medio, y tiene posibilidades de insertarse en el campo en tanto creativo y medio de difusión. Así, proyectos que no hubieran logrado consolidar espacios en la escena musical logran insertarse en el campo por decisión del público, trayendo consigo la participación cada vez más activa de más sujetos en la industria de la música y de otras artes.

Los actores de esta red conforman lo que se entiende como la escena de la música popular alternativa en México, que no depende enteramente de las grandes disque-

Escaneado con CamScanner

ras y consorcios del entretenimiento. Se pueden agrupar en posiciones específicas que operan en el marco de redes creativas conformadas por una serie de núcleos de conexiones, a las que definimos como *nodos*, en tanto que son, en sí mismas, espacios donde convergen diferentes actores, sujetos que intervienen en el cauce de las ideas esparcidas en la red. Al interior de estas redes, los *trendsetters* sobre los que nos enfocamos son esencialmente aquellos con una carrera legitimada en el campo a partir del reconocimiento de sus trabajos, experiencia y la cantidad de relaciones que han tejido. La esencia centralizada de esta escena, que extiende sus redes a distancia en distintas ciudades, obliga a considerar el Distrito Federal como un enclave hacia el cual convergen redes de otros Estados, al mismo tiempo que enlaza vínculos hacia el exterior. Esta vinculación tiene un carácter transdisciplinario que, por las características cosmopolitas de la capital de México y su actividad cultural, permite la generación de espacios de encuentro entre la música y otras artes, principalmente las artes visuales y plásticas.

Para analizar el estatus de la escena musical contemporánea habrá que partir de una nueva relación, que se cimentó en la década de 2000 y que definió a toda una generación emergente de *trendsetters* activos y creativos con una nueva forma de pensar la difusión y las posibilidades creativas. La accesibilidad de Internet en esta década consolidó una nueva dinámica de relaciones entre las tres partes protagonistas en la escena independiente: los blogs independientes (como usuarios, melómanos y fanáticos), los artistas y el público. Esta relación triangular a partir de las redes digitales promovió los cambios necesarios en las estrategias de difusión, potenció nuevos mecanismos de participación en la escena musical, permeando las prácticas de difusión y creación institucional-

Escaneado con CamScanner

lizadas, y dio ventaja a aquellos actores independientes. A partir de esto, las generaciones anteriores, ya establecidas, se vieron obligadas a adaptarse a estas nuevas lógicas de difusión y creación. Las disqueras comenzaron a ceder algunas descargas libres en la *web*, se abrieron espacios de escucha como Myspace en su momento. Los blogs se fueron transformando en espacios publicitarios disputados por marcas con objetivos juveniles, como Smirnoff, Wyborowa, Nike, Vans, Pepe Jeans, etcétera.

En la elaboración del mapa de esta red de vínculos se pueden encontrar dos niveles de interacción yuxtapuestos: por un lado, un sesgo generacional que delimita la forma de vincularse entre los diversos actores; y por el otro, una dimensión en la que se asumen roles y formas de participación dependiendo de la función que realicen los conjuntos de actores involucrados. A estos últimos los hemos denominado *campos de acción en la red.* Estos dos niveles de comprensión son transversales al funcionamiento de la red.

Dimensión generacional en la interacción

El primero de estos dos niveles de interacción en la red se da en el plano generacional de relaciones: a pesar de que la escena de la música alternativa en México está conformada en su mayoría por participantes juveniles, existen diferentes trayectorias en desarrollo. Se pueden observar tres generaciones coexistentes en el campo de los *trendsetters* de la escena de la música alternativa mexicana. Todas comparten espacios y códigos en el campo; sin embargo, cada una de ellas mantiene una visión propia y se desenvuelve de manera diferente al interior de la red. Confluyen en los espacios actuales que se han creado

Escaneado con CamScanner

para difundir música. El Festival Vive Latino es uno de los espacios más evidentes de esta interacción, pues a lo largo de su desarrollo, los actos en vivo son tan importantes como los encuentros que se dan detrás del escenario entre los músicos, o en la fiesta de los Indie-O MusicAwards, una entrega de premios anual dedicada a la escena alternativa de México.

Además de estos espacios de socialización, se generan espacios de colaboración entre las distintas generaciones, como la colaboración entre Café Tacuba, Jaime López y la artista emergente Andrea Balency (multinstrumentista francesa radicada en México); ellos se encuentran trabajando en un proyecto en tributo a las canciones de Jaime López. Los miembros de Café Tacuba se han abierto camino como productores de nuevos talentos: Emmanuel del Real ha producido a bandas como Bengala, Austin TV, Natalia Lafourcade, y Quique Rangel ha producido a bandas como Torreblanca y Pellejos durante 2011. Esta estrategia de incorporar nuevos talentos a menudo se encuentra entre los músicos de las generaciones más establecidas.

La generación de las disqueras se compone de aquellos que protagonizaron la escena en la década de los noventa, que cuentan con mayor experiencia en cuanto a los modelos tradicionales y que a menudo alcanzan posiciones elevadas de poder. Músicos a los que les ha tocado la transición entre este modelo y la crisis en la industria musical, de manera que –por varios caminos– muchos de ellos se vieron en la necesidad de mover sus proyectos por una vía independiente, y hoy es recurrente encontrarlos contratados como *hueseros*, músicos de acompañamiento en otros proyectos y como productores de nuevas bandas. En esta generación encontramos a los músicos provenientes de bandas como Santa Sabina, Café Tacuba, Control

Escaneado con CamScanner

Machete y Molotov, que se han dedicado a trabajar en proyectos alternos a sus bandas matriz, ya sea como músicos o como productores.

La generación de los compilados representa una generación intermedia entre la de las disqueras y la digital. En ella encontramos actores que, aunque son más jóvenes que los de la primera, alcanzan a tener espacios de poder y herramientas de negociación con ambas generaciones. En esta observamos una característica determinante: es la generación que comenzó compilando discos de sus escenas locales e insertándolos en algunos espacios mercantiles así como en Internet, de manera que comenzó a estimular cambios sutiles en los procesos tradicionales de la industria musical en México.

La generación digital está constituida por bandas emergentes que en los últimos seis años han impulsado cambios en el campo a partir del uso de nuevas herramientas digitales de difusión. Los artistas de esta generación son aquellos que fueron subiendo escalones mediante el uso de redes sociales como Myspace y posteriormente Facebook, Twitter, Bandcamp, SoundCloud, etc. Han ido construyendo bases sociales fortalecidas por los Street Armys (grupos de seguidores con estrategias similares al Marketing de Guerrilla) y Clubes de fans en línea. Esta generación también se ha ido abriendo espacios de autoempleo como músicos de acompañamiento y trabajos no relacionados con la música para solventar sus necesidades económicas.

Entre las tres generaciones existen vínculos estrechos y no solo coexisten unas con otras sino que se influyen recíprocamente. Cuando Myspace y otras herramientas digitales dieron impulso a la generación digital, las generaciones precedentes adoptaron estos modelos e incorporaron vínculos sociales con las bandas emergentes a

Escaneado con CamScanner

partir de dichas tecnologías. De igual manera adoptaron estas lógicas y hoy es frecuente encontrar sus canciones en Myspace, Twitter, Facebook, YouTube, SoundCloud, Bandcamp, iTunes, y diversos blogs. Las bandas de la generación digital siguen buscando insertarse en una disquera independiente para lograr mayor impulso en sus carreras, y las disqueras independientes, como Terrícolas Imbéciles o Arts&Crafts, se han dedicado a incorporar estrategias como descargas libres, una fuerte presencia en redes sociales y también agendar presentaciones y eventos con la prensa para sus artistas. Cada una de ellas ha desarrollado distintas estrategias de aproximación a las nuevas tecnologías, por diferentes vías. El proceso de conformación de la generación digital ha sido inverso respecto de las generaciones anteriores: su origen está en las plataformas web y desde allí ha negociado su inserción en el campo con las otras generaciones y con las dinámicas tradicionales. En tanto, las otras dos generaciones se han visto forzadas a realizar una migración paulatina a lo digital para seguir vigentes en las dinámicas del campo cultural musical.

Campos de acción y división del trabajo

El segundo nivel de comprensión, transversal a esta red de relaciones, se encuentra definido por la división del trabajo, el tipo de funciones, las actividades y los roles involucrados en el devenir de la escena de la música popular alternativa en México. Para definir las diferentes actividades que desarrollan los jóvenes involucrados nos fueron útiles las tres categorías propuestas por Tzvetan Todorov en su libro *Hope and memory: lessons from the twentieth century,* para describir tres grupos de actores que

Escaneado con CamScanner

perpetraron los atentados terroristas el 11 de septiembre de 2001 en Nueva York. En este caso, son útiles para identificar ciertas características en la gestación y el esparcimiento de una idea creativa al interior de la red. Estas categorías definen tres grupos de actores: *Masterminds* (Mentes maestras), *Operatives* (Operativos) y *Sympathizers* (Simpatizantes) (Todorov, 2003).

Las Mentes maestras o Masterminds (creadores). Son la fuente que nutre a los otros dos grupos de actores de la materia prima que va a circular: la música. Se identifican seis figuras en el rol de los *Masterminds*: músicos, *netlables*, sellos independientes, disqueras transnacionales, colectivos y productores. Constituirían los núcleos creativos que generan las ideas y la música a difundir. Entre los casos más activos se encuentran la disquera Intolerancia, y las disqueras emergentes Terrícolas Imbéciles y Arts&Crafts (filial mexicana de la disquera canadiense).

Los Operativos u Operatives. Son aquellos encargados de proveer la infraestructura para la difusión de las ideas (música, géneros, estilos) generadas por los *Masterminds.* A menudo funcionan como críticos y curadores cuyos juicios van determinando qué se escucha y qué no dentro del campo. En este grupo ubicamos a los medios de comunicación institucionalizados, así como otros espacios independientes. Se ubican trece nodos operativos: promotores, televisión, blogs patrocinados, foros, radio, managers, revistas, festivales, foros masivos, cine, tiendas de música, tiendas digitales, economía informal (piratería). En este rubro participan las estaciones de radio Reactor 105.7 e Ibero 90.9, así como el Festival Vive Latino, la tienda digital de iTunes, algunas revistas como *Marvin* y blogs especializados en música como Me Hace Ruido, Club Fonograma y Panamérika, este último patrocinado por Red Bull.

Escaneado con CamScanner

Los Simpatizantes o Sympathizers. Se caracterizan por no ocupar un espacio institucionalizado y se encuentran en los límites entre consumidores tempranos y agentes activos en la escena. La motivación primigenia de estos actores es, con frecuencia, su melomanía, lo que les permite ir tejiendo redes que eventualmente los colocarán en los nodos de los Operativos. Se pueden distinguir seis nodos: blogs independientes –pequeños espacios que nutren a las radiodifusoras de contenido, estos pueden ser los programas especializados en la escena local–, documentalistas (contribuyen con registros de la escena tanto escritos como visuales), *podcasts*, radios por Internet, fanzines y Street Armys o Clubes de fans. Entre estos se encuentra el programa de radio Mercado Negro, que cada semana hace una curaduría basada en la escena independiente iberoamericana, así como el emergente blog New Weird Latin America que funciona, al mismo tiempo, como *netlabel* y blog de noticias.

La figura del *Simpatizante* constituye uno de los más notables cambios de la escena. Con el uso intensivo de las redes sociales digitales y la masificación de los teléfonos inteligentes, el público ha obtenido suma relevancia como agente activo en la circulación de la música. A menudo, bajo fenómenos virales de participación –las recomendaciones en sus redes sociales y la posibilidad de subir videos de fanáticos a YouTube– han propiciado que las bandas tengan presencia en múltiples espacios sin necesidad de elaborar una estrategia directa de acción. El público, ya sea organizado en Street Armys o Clubes de fans, recomienda y difunde la música de sus artistas en sus propias redes y da impulso a la difusión de la música de las bandas de las tres generaciones mencionadas.

La interacción entre los diversos conjuntos de roles en la distribución de la música está basada en una relación

Escaneado con CamScanner

cooperativa, caracterizada como una economía de ideas y de vínculos. Todos los actores se encuentran inmersos en relaciones simbióticas de cooperación: los medios y el público necesitan contenidos musicales, y los artistas que los generan necesitan difusión. No hay un intercambio monetario ni contrataciones en esta relación, basada en una cooperación que a todos los participantes les funciona para echar a andar sus proyectos y volverlos redituables.

Así, los Operativos y los Simpatizantes se relacionan con los *Masterminds* en el marco de lo que Becker llamó "actividades de apoyo" y, en algunos casos, "actividades periféricas" en relación con la producción de la música y el arte (2008). Pero a diferencia de lo que apunta Becker, estas son relaciones que no involucran dinero sino que están basadas en la cooperación y el mutuo interés. Cada una de las partes coopera para que se difunda el arte con el objetivo de construir un público y ampliarlo, para que estas cadenas de producción tengan un cauce en el mercado que se va gestando. Dice un miembro de Doctor Krápula: "Basados en nuestra idea de que es mejor tener amigos que plata, tenemos amigos documentalistas, amigos cineastas, fotógrafos, músicos, políticos... haciendo el ejercicio de 'si usted quiere participar en esto, participe, esto no tiene un interés económico'".

Por último y sin desdecir lo anterior, debemos aclarar que en la red también están presentes las relaciones económicas, como cuando los músicos contratan estudios de grabación, ingenieros, productores o rentan equipo; y las disqueras contratan maquiladores, servicios, personal administrativo, gestores de redes sociales, relacionistas públicos, *label managers*, etc. Así sucede con las revistas, los blogs y la radio, que contratan personas y servicios especializados en la materia para que desarrollen artículos, especiales, reportajes o curadurías.

Escaneado con CamScanner

La solvencia económica de cada uno de estos proyectos se da en relación con el mercado general, con la capacidad de ventas de entradas para los conciertos, con la cantidad de descargas en tiendas digitales, con la venta de discos o de espacios publicitarios, con la obtención de recursos estatales e incluso con patrocinios de marcas con el objetivo de llegar a un público juvenil.

Flexibilidad laboral

La personalidad creativa de todos los actores o *trendsetters* involucrados en la escena de la música popular alternativa de México, la informalidad en su desenvolvimiento y la crisis tanto del país como de la industria son factores que los obligan a estar en una continua búsqueda de empleo. La flexibilidad de horarios y tiempos les permite insertarse en una serie de proyectos simultáneos que, por un lado, ayudan a canalizar sus intereses y, por el otro, los ayudan a solventar económicamente sus necesidades.

Es frecuente, por no decir que necesario, que el músico se encuentre involucrado en más de dos actividades simultáneas. La colaboración entre músicos es cada vez más una práctica deseable, pero también la participación en proyectos artísticos transdisciplinarios. El músico como creativo no vive de un solo proyecto y se ha formado un carácter en el que las fronteras de su quehacer se van diluyendo cada vez más, como señala Jeff Howe: "En las horas que pasé con los músicos y sus fans, me di cuenta de que muy pocos se definían como músicos, artistas o cualquier otra etiqueta. Los cantantes publicaban libros de poesía, los bateristas eran directores de video en gestación, y los *roadies* doblaban como productores de discos" (2008: 4-5). En el marco de esta inquietud mul-

Escaneado con CamScanner

tifuncional, el músico joven ha surgido como un actor con intereses y actividades flexibles y multidisciplinarias. Las generaciones más jóvenes, como la banda de Tijuana Los Macuanos –cuyos miembros actualmente continúan con sus estudios universitarios–, han optado por estudiar carreras relacionadas con la producción multimedia, los medios electrónicos, el diseño y las artes visuales o, en su defecto, se dedican a la promoción de eventos.

Incluso como estrategia de difusión de sus proyectos resulta cada vez más atractivo mirar hacia otras disciplinas y relacionarlas con su quehacer musical, como el último disco de Alejandro Otaola, cuyas piezas fueron compuestas como parte del proyecto Bandas Sonoras de la Cineteca Nacional. En este mismo proyecto también participaron bandas de la escena como Yokozuna, Los Dorados, Juan Pablo Villa y Monocordio, musicalizando en vivo algunos de los clásicos del cine mudo. Otaola musicalizó la película *El hombre de la cámara* y después grabó las piezas para conformar un álbum que fue distribuido gratuitamente.

En esta situación laboral autogestiva, el músico tiene la posibilidad de desempeñar diversas funciones que antes estaban asignadas a otras instancias: es su propio manager, su propio productor, distribuidor, disquera, etc. Este momento es percibido como un "renacer del músico, entendiendo cómo se hace un disco, cómo se vende, qué trabajo hay que hacer para lograr poner ese disco en los oídos de muchas personas" (Doctor Krápula), o como el "proceso de autogestionar su propio crecimiento" (Sal Toache). De esta manera, actividades desarrolladas por muchos individuos a la vez, obstaculizando los procesos de distribución con trámites institucionales, ahora es factible encontrarlas concentradas en una misma persona –el músico independiente–, perpetuando así las mismas dinámicas tradicionales.

Escaneado con CamScanner

Así como los músicos tienen flexibilidad en las diferentes funciones de su propio proyecto, las instancias independientes han adoptado modelos híbridos de conducirse por la escena. Tradicionalmente, las instancias involucradas en el proceso de creación y distribución de la música eran los sellos, las casas productoras, disqueras, distribuidoras, agencias de *management*, agencias de *booking* y las promotoras. Actualmente estas combinaciones se han diversificado y coexisten nuevas instancias híbridas. La modalidad más frecuente es encontrar agencias de *booking* que funcionan como sellos, firman para distribuir sus canciones, tal es el caso de disqueras independientes como Terrícolas Imbéciles o el sello de la promotora mexicana OCESA Seitrack.

Bajo este marco operativo, la escena de la música popular alternativa en México se encuentra respondiendo a los cambios sociales que la influyen y afectan como industria cultural y que definen esta red local que teje sus extensiones a nivel transnacional, con los cambios en la industria musical global, así como con las redes locales de otros países latinoamericanos, al tiempo que genera respuestas a las problemáticas externas que la afectan.

Estrategias creativas

El conocimiento, experiencia e impacto de las disqueras transnacionales sigue planteando muchas de las reglas dentro del campo de la producción musical, pero a la industria tradicional le queda claro que depender de la venta de discos es algo irreal, ya que tal como plantea Steve Knopper "perpetuar la búsqueda de otro *Thriller* para salvar al negocio simplemente no es posible. Los éxitos se hacen cada vez más pequeños y no tienen el poder curativo

Escaneado con CamScanner

que tuvieron en 1982" (Knopper, 2010: 251). En este sentido, si ya ha quedado atrás la era de los artistas que llenaban estadios y las ventas de discos disminuyen, ¿hacia dónde va la industria? La Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, por su sigla en inglés) declaró que en 2008 el negocio de la música digital vio un crecimiento internacional por sexto año consecutivo, aumentando cerca de un 25%, y con ventas alrededor de los 3.700 millones de dólares (IFPI, 2009). Sin embargo, el tema de las descargas musicales ha visto una fuerte campaña de desprestigio, incluso al punto de borrar las diferencias entre descargar archivos de la red y otros aspectos del crimen organizado, como la piratería y el terrorismo (IFPI, 2002).

Lo que queda claro es que el entorno digital ha venido acompañado de muchas estrategias informales de comercio. Se considera como parte de la economía ilegal la producción y venta de obras de arte sin registro; la producción y comercialización ilegal de discos, videos y libros; la impresión y comercialización ilegal de pósteres, imágenes y fotografías; y la comunicación pública no registrada de música. Sin embargo, en México muchas de estas dinámicas económicas caen en el rubro del subsector informal pero no ilegal, ya que se las considera "una alternativa de generación de un mayor ingreso familiar y/o una forma de compensar un estatus de desempleo, entre otros fines, lo que le da una connotación específica en el ámbito nacional" (Ochoa León, 2005:5). Actualmente, se puede afirmar que la informalidad está presente en el campo de la producción musical no solo por las prácticas de la piratería, sino también por una serie de estrategias de distribución y venta legal, de las que no existe un registro formal, sobre todo contemplando que en 2005 se calculó que cerca del 55.6% de los trabajadores en México se ubicaban en la informalidad (Ochoa León, 2005: 15).

Escaneado con CamScanner

En el caso musical es importante destacar que las relaciones de los creativos no se limitan al plano del campo musical. Se vinculan con otros subsectores de las industrias creativas, que contemplan actividades que van desde la artesanía tradicional (o la creación artesanal de discos), festividades culturales, libros, pintura y artes escénicas, hasta sectores con uso intensivo en tecnología –como cine, televisión, radio, animación digital y videojuegos–, y otras actividades orientadas a los servicios, como la publicidad (ProMéxico, 2009: 2). En este caso, la flexibilidad actual de los roles permite que los músicos obtengan ingresos a partir de otras actividades, y que una buena parte la destinen a la creación sin tener en la mira conseguir una remuneración económica a partir del disco. Incluso personajes con una fuerte presencia dentro de la escena musical caen en ocasiones en la informalidad legal. Tal como Gerardo Rosado, uno de los fundadores de Discos Intolerancia, plantea: "Si necesitas sacar un contrato es porque todo ya valió madres, no se necesita contrato si todo va bien [...]. Lo que yo diría es que se trata de un modelo que se construye sobre la base de la confianza en la creación y en las personalidades de los involucrados, y que a partir de ello se generarán los convenios que nos permitan comunicarnos con otras estructuras, es un modelo que aprende sobre la marcha [...]. Los recursos en un 70% vienen de trabajos externos, música por encargo para televisión y cine. (En este sentido, Discos Intolerancia) se sostiene de inversiones nuestras".

Encontramos entonces distintos tipos de informalidad que impactan en los números de la venta de discos, pero no por eso son ilegales:

- *La informalidad ilegal.* Piratería y otras formas de lucro por parte de terceros.

Escaneado con CamScanner

- *La informalidad legal.* Dinámicas de negocio sin una forma de registro concreto, pero dentro de los marcos legales.
- *La informalidad digital.* Dinámicas emergentes desapegadas de la venta de discos (sellos digitales o *netlabels*, descargas gratuitas, etc.), pero que se sustentan en otras formas de ingreso (presentaciones en vivo, mecenazgos, becas, trabajos alternos, etcétera).

Ante esta variedad, la industria tradicional ha tardado en reaccionar, responsabilizando a la piratería y las descargas por Internet (legales e ilegales) por la disminución de las ventas, en lugar de comprender las nuevas formas de consumo que están ocasionando esto. Al respecto la Asociación Mexicana de Productores Fonográficos (Amprofon) afirmó en 2007 que

> el negocio de las disqueras es impredecible y de riesgo, ya que solamente 10% de las grabaciones recuperan sus inversiones [...]. Las compañías disqueras se enfocan en grabaciones seguras, en las que distribuyan un gran embarque inicial antes de que el producto pirata salga al mercado. La seria consecuencia de este problema es que no se crea nueva música y toda una generación de artistas se pierde. La situación de la piratería en México ha comenzado a cobrar su cuota, no han surgido nuevos artistas en México durante el último par de años [...]. Una nueva generación de artistas no está emergiendo debido a que las disqueras no pueden permitirse el lujo de tomar mayores riesgos en la realización de nuevas producciones [...]. Aún más, compañías de distribución están cerrando, más del 50% de los puntos de venta, aproximadamente 750 han desaparecido. Simplemente en los últimos cuatro años desaparecieron dos de los principales mayoristas, dejando de operar más de siete mil puntos de venta de música original y una pérdida de por lo menos

Escaneado con CamScanner

28 mil empleos permanentes, tomando en cuenta que cada punto de venta contaba con un mínimo de cuatro empleados (2007: 2-3).

¿No han surgido nuevos artistas en México en los últimos años? Esto es relativo, incluso si contemplamos artistas que agotan boletos de sus presentaciones, como el dúo Jesse y Joy o el conjunto Camila (formados en 2005). La realidad es que se ha fragmentado el público. ¿Las disqueras no pueden permitirse el lujo de tomar mayores riesgos? Afirmar que se trata de un negocio de riesgo, en el cual solo el 10% de las grabaciones recupera sus inversiones, evidencia que este modelo se agotaría tarde o temprano; sin embargo, muchos intentos por desarrollar sellos discográficos y vincularlos entre sí han surgido en fechas recientes (Estrada, 2006). ¿Compañías de distribución están cerrando? Físicamente sí, aunque han surgido cada vez más puntos de venta de música digital legal, por lo que todo apunta a que en realidad las empresas tradicionales no han sabido reconocer los cambios dentro de la industria. Curiosamente, los actores que han incursionado en nuevas estrategias de manera segura y alejados de las disqueras transnacionales no se ven afectados por la piratería. Incluso algunos la celebran, ya que significa que su producto está alcanzando una mayor audiencia, sobre todo por la eliminación de intermediarios y el contacto directo entre creador y consumidor. Asimismo, como se planteó en la introducción, el negocio de la música está más vivo que nunca, simplemente opera menos dentro de los esquemas y espacios tradicionales.

FACULTAD DE ARTES SIB - UCE

Escaneado con CamScanner

Las disqueras transnacionales ante los cambios

La IFPI ha publicado desde el año 2004 folletines que buscan describir lo que el ámbito digital ha representado para la industria, por lo que en "Digital Music Report 2009: New Business Models for a Changing Environment" (IFPI, 2009) se identifican algunas estrategias emergentes:

- *De la venta de discos a la monetización del acceso musical.* Se está cambiando de un modelo basado solo en ventas de discos a un modelo que busca monetizar las nuevas formas de acceso a la música (mediante aplicaciones para celular o suscripciones a servicios).
- *Ofrecer más opciones para descargas legales.* La venta digital ha ampliado su oferta, dando a los consumidores la posibilidad de transferir libremente las canciones que bajan a cualquier equipo de reproducción, sin las limitantes que había a partir de los permisos DMR (Administración de Derechos Digitales de los Archivos, por su sigla en inglés).
- *Redes sociales y servicios de entrega con patrocinio.* Nuevas formas de retribución económica se han abierto al dar licencias a servicios que permiten una escucha gratuita generando ingresos a partir de la publicidad, tal como ha ocurrido con las alianzas entre las disqueras *major* y sitios de Internet como Myspace y Grooveshark.
- *Nuevas fronteras: marcas, juegos y mercancías.* Se generan ingresos a partir de alianzas con otras industrias del entretenimiento licenciando música para cine, videojuegos y publicidad, además de marcas comerciales y la venta de *merchandising*.

Escaneado con CamScanner

- *La transmisión pública.* Las disqueras han endurecido la regulación de licencias no solo para la transmisión radiofónica o pública, sino también para otros espacios cuyo fin no es netamente musical, como restaurantes, hoteles y bares, fomentando un pago "justo" relacionado con la difusión de contenidos musicales.
- *Contratos de 360º.* Ha surgido un nuevo modelo contractual llamado de 360º, por el cual en lugar de lanzar solo el disco de un artista, el sello se asocia con el artista y se obtienen ganancias a partir de las giras, mercancía, publicaciones e incluso licencias como perfumes o ropa (Knopper, 2010: 241). Esto ha ocasionado que organizaciones que antes eran solo promotoras, incursionen en el negocio como agencias artísticas; tal es el caso de Live Nation a nivel internacional u OCESA Seitrak en México.

Nodos de creación musical: Discos Intolerancia

La idea del nodo de creación musical parte de los vínculos que los artistas han desarrollado como estrategia alterna al no querer insertarse en el *mainstream* de las disqueras transnacionales y medios. En este sentido, la construcción de nodos les ha permitido potenciar su impacto a partir de la vinculación y la legitimación dentro de ciertos nichos musicales "alternativos".

Algunos ejemplos de las estrategias que han surgido a partir de la consolidación de nodos:

- El de Alonso Arreola, quien tomó como estrategia buscar mecenazgos para la edición de su disco *LabA* mediante el apoyo de 20 amigos que le financiaran la producción.

Escaneado con CamScanner

- Descartes a Kant, conjunto tapatío que ha establecido vínculos con los grupos Hong Kong Blood Opera y Vicente Gayo, tanto para la creación de mercancía y su promoción, como para la organización de conciertos colectivos.
- Troker, conjunto también de Guadalajara que para el lanzamiento de su disco *El rey del camino* contó con la colaboración de cineastas que realizaron videos para cada una de las canciones.

En este sentido cabe destacar cómo algunos artistas que emergieron durante la década de los noventa y que vivieron la transición de las formas dentro de la industria musical han buscado adaptarse a las nuevas estrategias, fortaleciendo sus redes y estimulando un trabajo mucho más "meritocrático" y horizontal. Este es el caso del nodo Intolerancia, que tiene como eje el sello-disquera Discos Intolerancia de la Ciudad de México y que trasciende el quehacer de las tres personas que lo conforman (Gerardo Rosado, Salvador Toache y Déxter González). Su labor se sustenta en el trabajo de músicos y gente afín (periodistas, diseñadores, artistas visuales, etc.) y se refleja en las actividades de más de 120 músicos radicados en la Ciudad de México, Guadalajara, Aguascalientes, Madrid, Barcelona, Santiago, Bogotá, Buenos Aires y Tokio. Su propuesta de que las bandas y el sello-disquera son una sola cosa y que toda acción fortalece a todos y cada uno de los integrantes del sello, rebasa la definición clásica de disquera, estableciendo una red de inteligencias colectivas que constantemente genera nuevas estrategias creativas y de financiamiento. En palabras de Gerardo Rosado:

> La gente empezó a tener una idea de pertenencia y muchos de los grupos sentían que estaban en un lugar donde se

Escaneado con CamScanner

sentían menos solos. En realidad somos una disquera que reacciona ante el trabajo de los grupos; si es un grupo que está trabajando y tiene consecuencias claras, nosotros nos aplicamos y nos sumamos a eso [...]. El principio natural de la red es que lo que importan son las conexiones no las partes que se conectan, el mensaje es lo importante. A partir de eso está constituido a nivel emocional, artístico y de negocios [...]. Lo que es muy bueno de Intolerancia es la cantidad de cosas que los artistas nos ofrecen, lo que ven que puede ser útil para nosotros o para alguien más. Hay esa especie de confianza en donde todo el tiempo nos están aventando contactos [...], eso sí creo que no se ve fácilmente en otra disquera: una conciencia del otro. Yo creo que es un modelo que se parece mucho más a la realidad que están viviendo los músicos ahorita y sobre todo en un país como este.

Estas condiciones mantienen a los involucrados en una continua búsqueda de recursos y adaptación. Por ejemplo, viendo que los músicos hacen canciones y no discos completos, que el enemigo actual no es la falta de consumo sino el exceso de información y la falta de atención y que el mercado se dibuja en torno a canciones, Intolerancia considera que las bandas con dos discos y con un nicho de mercado determinado, "pueden hacer los discos al revés". Esto es, produciendo canciones continuamente en lugar de detenerse un rato a concentrarse en un disco para que la gente no los olvide. La generación de contenidos tiene un lugar central entre sus estrategias: los grupos deben generar además de canciones, videos, entrevistas, pláticas con cosas de su vida doméstica y su estilo de vida y mediatizarlos para que sus públicos "oigan sus historias". "Intolerancia ha intentado ser algo que no esté definido, y que se permita irse definiendo" (Gerardo Rosado). Rumbo que les ha permitido sobresalir en este momento,

Escaneado con CamScanner

estableciendo vínculos con diversas escenas y adquirir el peso necesario para estar presentes en festivales como el South by Southwest en Austin, el Rock al Parque en Bogotá, y el Vive Latino en la Ciudad de México, donde desde hace cuatro años cuentan con un escenario para difundir propuestas no tan "comerciales".

Autoempleo: el músico como creativo

A partir de las entrevistas realizadas, podemos sostener que el músico contemporáneo se muestra como una personalidad creativa, que generalmente trabaja por honorarios en diversos proyectos, sin un salario fijo de por medio. Los artistas actualmente tienen interés por incorporarse a distintas proyectos simultáneos, para hacer de la música una actividad económica: musicalizan películas, obras de teatro, hacen *jingles*, se dedican a otros rubros dentro de la industria, como el periodismo o el diseño, y buscan diversas fuentes de financiamiento, como becas y subsidios, e incluso algunos viven del mecenazgo y el apoyo familiar. Este perfil creativo no obtiene ingresos de hacer música con su banda ni de la venta de discos; más bien los genera trabajando en proyectos que pueden o no estar relacionados con la música, ya que en el medio, aun cuando estos artistas reciben comisiones por dichos proyectos, no son vistos como "artistas utilitarios", sino como verdaderos creadores que tienen diversas estrategias de financiamiento (Abbing, 2004). Como el caso de Eder Perales, guitarrista de la banda tapatía Marlento, cuyo principal negocio radica en rentar equipos para las presentaciones en vivo y traer instrumentos desde Estados Unidos para los músicos de la escena de Guadalajara, solventando así sus gastos. En ese medio, Eder va abriendo espacios

Escaneado con CamScanner

para tocar con sus dos bandas (proyectos musicales) y así se ha ido ganando un lugar en la escena.

El músico se ha ido conformando como un trabajador creativo independiente que despliega estrategias para generarse recursos financieros, tanto de la industria como de las instituciones gubernamentales, es decir, prestando servicios o consiguiendo becas. Algunas bandas de Guadalajara, como Troker o Radaid, obtienen recursos y patrocinios para ir de gira o lanzar sus discos por medio de proyectos institucionales como "Cultura UDG" o "Jalisco es uno". El otro lado de esta independencia es que han perdido acceso a prestaciones tales como seguro médico estatal, pensiones y nóminas de ahorro.

Gentrificación: la escena de Guadalajara

Otro de los aspectos que ha favorecido el impulso de las escenas musicales y de la producción musical en el mundo han sido los proyectos de construcción de ciudades culturales o ciudades musicales. Las escenas locales se han ido urdiendo entre las actividades económicas de algunas ciudades en el mundo, como parte de una estrategia de desarrollo urbano y regional (Hudson, 2006).

Uno de los casos más exitosos en la historia de la música es el de Manchester, ciudad industrial británica que a lo largo de la década de los ochenta, y en medio de una crisis económica, comenzó a generar una infraestructura para la producción de una industria cultural fundamentada en la música y que hasta la fecha se caracteriza por la proliferación de talento local, a la vez que ha desarrollado lo que se podría denominar como "barrios culturales". Desde entonces, la inversión en la cultura como mecanismo de desarrollo se ha fomentado en otras ciudades

Escaneado con CamScanner

del mundo, convirtiéndose en una estrategia de desarrollo importante y estimulando una territorialización de la creatividad, ya que no hay que olvidar que en el caso de la industria musical, esta "se mantiene en un importante lugar de producción de mercancías del capitalismo contemporáneo, por lo que dicha economía política es relevante para entender las geografías musicales" (Hudson, 2006: 627).

En México, uno de los casos que más se acerca a esta dinámica de inversión en la industria musical es el de Guadalajara. Alrededor de 2003 se gestó en la ciudad una escena musical que comenzó a abrir espacios, editando discos y entablando redes hacia otras ciudades; la más importante es la red que se tejió con la Ciudad de México.

El *boom* de esta escena coincide además con lo que pareciera ser un proyecto de ciudad cultural por parte de los ayuntamientos de Guadalajara y Zapopan, que ha ido creciendo mediante la apertura de espacios culturales y programas de desarrollo para fomentar la cohesión de una clase creativa en la ciudad, a medida que se crearon instancias de apoyo como "Jalisco es Uno", que brinda apoyos económicos para la producción de los discos de diversos artistas o mediante viáticos para que estos salgan a tocar a otras ciudades y países.

De igual manera, se reformuló el proyecto del departamento de difusión cultural de la Universidad de Guadalajara "Cultura UDG", institución encargada de gestionar foros y espacios de divulgación en la ciudad para los diversos campos artísticos, permitiendo la creación de foros abiertos como el Laboratorio de Arte y Variedades (LARVA), espacio gratuito auspiciado por el ayuntamiento y que ha fungido como semillero de bandas.

También se han promocionado foros como el Festival de Cine de Guadalajara, el cual abre espacios para que las

Escaneado con CamScanner

bandas locales difundan música relacionada con el cine y las artes visuales. Además se constituyó el corredor cultural de la avenida Chapultepec, ubicado en la colonia Americana, lugar cultural de moda donde hay una gran variedad de cafés, bares y casas de cultura y que representa un importante punto de encuentro para músicos y artistas, ya que muchos buscan mudarse a dicha zona.

Distribución digital

El uso social del Internet no solo ha generado mayores espacios de contacto e interacción entre los músicos; la reformulación de estos espacios de encuentro ha obligado a los músicos a establecer nuevas formas y dinámicas de circulación de su música, abriéndose nuevas expectativas de difusión como alternativa a las de la industria tradicional. Este uso social ha consolidado una nueva generación tanto de escuchas como de creativos y músicos; una generación que se caracteriza "por cómo escucha la música sin importar el estilo o el género de la música que escuche" (Coleman, 2005: xiii). Esta generación ha impulsado la creación de nuevos espacios, proyectos y empresas de distribución digital que sustituyen cada vez más las dinámicas tradicionales de circulación de la música. A partir de esto, "los discos compactos pregrabados se han vulnerado, devaluado. Las ventas de álbumes descienden porque el formato del disco se ha agotado. La gente está cansada del empaque. El atractivo comercial de la música empaquetada está en cuestionamiento. Las computadoras han liberado a la música grabada del disco" (Coleman, 2005: xv). Estas nuevas estrategias de distribución digital responden a una necesidad básica de difusión de la música y no se reducen exclusivamente a las tiendas de

Escaneado con CamScanner

música como iTunes, sino que, además de insertarse ahí, hacen uso de otros espacios disponibles como los blogs, que fomentan de manera informal la libre descarga de discos o de servicios oficiales de difusión; estos medios ofrecen al músico cada vez más alternativas para dar a conocer su música.

Entre estas alternativas una muy utilizada es la red social de SoundCloud (www.soundcloud.com), la cual es cada vez más utilizada por las nuevas generaciones de músicos en México como herramienta de difusión, y cuya infraestructura –que funciona a manera de red social– permite al músico compartir su música y contactar a otros artistas o colaboradores. Otra plataforma que usan las bandas independientes en México es Bandcamp (www.bandcamp.com), sitio que ofrece a los músicos la posibilidad de crear un perfil y subir sus discos, además de permitir descargas ya sea de manera libre o mediante un precio predeterminado por el músico.

Asimismo, existen sitios que se dedican a reunir distintos proyectos ya conformados como sellos digitales (*netlabels*) o colectivos, como: Nene Records, Vale Vergas Discos, Static Discos o Tropic-All, que ofrecen un espacio común para potenciar el alcance de esos grupos y músicos mediante descargas gratuitas o con la venta de mercancía y discos de colección (principalmente regresando al formato del vinilo).

Festivales masivos y conferencias internacionales

La devaluación del disco como objeto mercantil ha obligado a la industria a poner los ojos sobre las actuaciones en vivo como una importante alternativa de negocio. Aunado a esto, la fragmentación de audiencias en nichos

Escaneado con CamScanner

cada vez más pequeños ha permitido que la organización de los festivales musicales constituya una estrategia efectiva para la captación de un número mayor de audiencia y ha reforzado el negocio de la música al permitir reunir varios públicos.

En la Ciudad de México se organizan anualmente al menos dos festivales masivos con respecto a lo que conforma la escena de la música popular alternativa, que cuentan con una asistencia que supera las 60 mil personas (Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino y el Corona Capital), además de un gran número de festivales de menor tamaño (tanto gubernamentales como privados), como el Festival del Centro Histórico, el Indie-O Fest y el Mutek, especializados en diversos estilos musicales como el metal, el jazz, la electrónica, el punk, el hip hop, etcétera.

El caso más representativo de congregaciones masivas para los músicos latinoamericanos es el Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino, que en 13 años de historia se ha consolidado también como un espacio de encuentro y de vinculación donde los músicos, tanto locales como internacionales, interactúan. Este festival se lleva a cabo en la Ciudad de México anualmente desde 1998 (con excepción de los años 1999 y 2002), y congrega en un mismo espacio a exponentes de las escenas musicales alternativas de Iberoamérica. Además de ser relevante para el campo de la producción musical en México, se ha convertido en un referente obligado para los artistas iberoamericanos que buscan tener una proyección internacional. También sirve a promotores y medios de comunicación como termómetro del impacto que un artista puede tener sobre el público al "escalar escenarios", como ocurrió con los colombianos de Doctor Krapula, quienes en la edición de 2010 se presentaron en

Escaneado con CamScanner

el escenario más pequeño del festival y al año siguiente tocaron en el escenario principal. Finalmente, cabe destacar que desde 2009 se ha incorporado al Vive Latino la "Carpa Intolerante", un escenario que demuestra el éxito de las estrategias de vinculación que ha realizado Discos Intolerancia dentro de la industria musical mexicana, ya que durante 2011 se presentaron más de 30 artistas de su catálogo en los distintos escenarios.

Otro espacio que se ha vuelto relevante para los músicos mexicanos como plataforma de proyección a nivel internacional es el South by Southwest (SXSW), un festival *indie* que se lleva a cabo anualmente en Austin, Texas, desde hace 25 años. El festival se desarrolla como una convención internacional, donde se discuten diversos temas relacionados con la industria musical internacional, permitiendo la convergencia y vinculación de músicos de distintos niveles y contextos; además de ser un espacio en el que diversas expresiones musicales se pueden presentar y establecer contacto con promotores, disqueras, medios y otras escenas del mundo.

La dinámica del festival tiene tres partes que se desarrollan de manera consecutiva durante poco más de una semana y que, de alguna manera, expresan los cruces interdisciplinarios y necesarios para quienes están produciendo en cualesquiera de estas tres expresiones: cine, multimedia y nuevas tecnologías y, finalmente, música. La realización del SXSW convierte a la ciudad de Austin en un carnaval donde prácticamente cada bar y restaurante se convierten en foros en los que diariamente se presentan actos en vivo (la edición 2011 presentó poco más de 2000 bandas de diversas partes del mundo). Además de los foros y presentaciones oficiales, se desarrollan una serie de actividades paralelas (foros, *parties*, presentaciones callejeras, etc.) que convocan a la población de Austin y

Escaneado con CamScanner

visitantes a las calles del centro durante todo el día y gran parte de las noches.

Desde hace poco más de diez años, el SXSW cuenta con una creciente sección latinoamericana que vive como un microuniverso en el festival; en 2011 contó con presentaciones de músicos de Chile, España, Colombia, Brasil, México, Ecuador y Perú. Los organizadores, por la vía de Alicia Zertuche (encargada de la parte iberoamericana en el festival) agrupan "showcases" o muestras de artistas, promotores y sellos latinos con "presentadores" que respaldan la curaduría de cada exhibición. Es así que este año hubo "showcases" de ACHE producciones (promotora mexicana), de la marca de ropa NACO (también mexicana), de la revista digital de música *La Banda Elástica* (con sede en Los Ángeles y especializada en rock latino), entre otros, que se encargaron de "curar" las presentaciones de distintos músicos iberoamericanos. Cabe destacar el "showcase" de Discos Intolerancia, el cual contó con artistas de su catálogo tanto de México como de Colombia.

La mayoría de los músicos y bandas latinoamericanas que asisten al SXSW pagan todo para llegar (pasajes, viáticos, la entrada al festival), además de sortear obstáculos legales como los trámites de migración y de aduanas (por sus instrumentos). De manera que esta inversión les exige tener una visión clara con respecto a sus expectativas del evento y definir sus intereses como artistas. El nivel de preparación ayuda a cerrar presentaciones durante el SXSW festival y mostrarse como un proyecto fuerte en competencia con la cantidad de propuestas que el festival ofrece al público. Si se tiene claridad, las oportunidades que ofrece el festival resultan atractivas, ya que representan la puerta de entrada a diversas escenas musicales de Estados Unidos. Mediados por promotores latinos que viven allá, aprovechan para organizar pequeñas giras en

Escaneado con CamScanner

algunas ciudades aledañas al festival, además que una vez que son incorporados en algún "showcase", buscan establecer contactos con otros curadores para tener mayor proyección en el festival, o toman la iniciativa presentándose en las calles.

Señala Alicia Zertuche, que una de las funciones del SXSW, al integrar proyectos latinoamericanos en el evento, es establecer puentes entre ellos e impulsar su desarrollo en la industria: "Quizás sí es muy difícil llegar aquí, si es difícil hasta su vida diaria que tienen en su país respectivo, pero si nunca hacen ese intento entonces las cosas quizás no les vayan a llegar; y a la misma vez, hay gente que viene de muy lejos que tiene una cierta imagen y que pueden estar en una fiesta (durante el festival), en una presentación de exhibición y se conocen y ya se llevan, empiezan a tener conversaciones personales, ya no solamente de trabajo, y empieza ese intercambio".

De esta manera, el SXSW funciona como un espacio de vinculación cara a cara, y de búsqueda de prestigio y colocación entre los diversos agentes que participan en la producción musical, incluso para las promotoras y los presentadores de los "showcases", ya que estos invierten en un "showcase" por el interés de hacerse de un nombre en Estados Unidos, reflejando que el festival sirve para expandir la red de vínculos profesionales, económicos y creativos. Tal es el caso de lo ocurrido con los conjuntos mexicanos Chikita Violenta y Movus, que forman parte de la filial mexicana de la disquera canadiense Arts&Crafts y que durante 2011 tocaron en "showcases" canadienses con el fin de captar la atención del público de aquel país.

Así, los festivales se han erigido en eventos importantes en diferentes dimensiones. Por un lado, dan a conocer los proyectos de las bandas a los amplios públicos que es-

Escaneado con CamScanner

tos festivales concentran, por otro, se han convertido en espacios necesarios de convivencia que fomentan las relaciones y fortalecen las redes entre las distintas partes que mueven a la industria independiente.

Conclusiones y recomendaciones

Se puede afirmar que hay cambios y prácticas emergentes en las redes de la escena de la música popular alternativa en México que están estimulando el desarrollo del campo de la producción musical de manera positiva. También se puede apreciar que la industria discográfica tradicional presenta una postura un poco renuente ante los cambios antes descriptos; no obstante, se pueden ubicar casos concretos como OCESA Seitrak o Mixup.com, que están explorando nuevas vías de distribución y contacto con el público. Asimismo, diversos actores involucrados dentro de la industria han incursionado de manera autónoma en las nuevas plataformas tecnológicas de creación, producción, venta y promoción. Sin embargo, un problema latente para México es el hecho de que parte del capital generado por estas estrategias va a organismos privados cuya razón social se ubica fuera del territorio nacional, por lo que existe una fuga económica.

Indudablemente la producción musical a nivel internacional muestra salud y fortalecimiento; las iniciativas antes descriptas han evidenciado una dirección positiva en cuanto a la reconfiguración del campo de la producción musical en México, pero se sigue identificando una serie de problemas que limitan el crecimiento económico en conjunto, dejando los beneficios solo para unos cuantos, que logran capitalizar dichas dinámicas. Por esta razón consideramos pertinente profundizar en algunos puntos a partir de los resultados de esta investigación.

Escaneado con CamScanner

- *Falta descentralizar y proteger las escenas musicales.* Como parte de la investigación identificamos que siguen siendo cuatro las ciudades que se destacan en el ámbito musical del país: el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey y Tijuana. Sin embargo, ante la inseguridad que se vive en el país (cuestión que ha cambiado de forma radical el panorama de la producción musical, sobre todo en el último año), algunas escenas se han visto sofocadas por la falta de espacios para el libre flujo de expresiones creativas. Es el caso de Monterrey, ciudad cuyos músicos se han visto amenazados después de las ejecuciones ocurridas frente al Café Iguana, el 22 de abril de 2011, siendo este uno de los principales foros para los músicos emergentes de la ciudad. En este sentido, resultaría pertinente fomentar las expresiones culturales en los territorios afectados por la inseguridad, así como impulsar económicamente otras ciudades que muestran potencial a partir de los artistas que de ellas emergen, pero que tienen que migrar a uno de los centros musicales; tal es el caso de Hermosillo, Chihuahua, Morelia y Aguascalientes.
- *Falta madurar las formas de vinculación y las estrategias económicas.* Al considerar que gran parte de las negociaciones se producen en el ámbito de la informalidad, es importante regularizar las formas de intercambio económico mediante dinámicas mucho más flexibles y sencillas de incorporación fiscal, ya que la realidad contemporánea permite que los promotores y dueños de negocios establecidos saquen ventaja de los artistas, desmotivándolos, además de dificultar que otras iniciativas encuentren posibilidades sin tener que enfrentarse con una serie de limitantes burocráticas. Asimismo, los pocos actores

Escaneado con CamScanner

que logran superar estas barreras se ubican entre lo formal y lo informal para poder salir adelante y dar espacios a sus intereses y expresiones.

- *Falta una educación empresarial para los músicos.* A diferencia de otros países, como Estados Unidos, Francia, Canadá e Inglaterra, en México prácticamente no existe una educación empresarial para músicos. Si bien algunos acuden a estos países para formarse profesionalmente en carreras y diplomaturas de Music Business y Management, en instituciones como el Berklee College of Music en Estados Unidos, o en su defecto estudian en academias como la Fermatta y la G. Martell en la Ciudad de México, faltan espacios de discusión a partir de conferencias y encuentros donde se expongan diversas estrategias emergentes, además de fomentar publicaciones especializadas para que los músicos adquieran el conocimiento para comprender las posibilidades que las nuevas estrategias, las redes sociales y el entorno digital les ofrecen. Se puede apreciar que gran parte de las iniciativas por desarrollar nuevas propuestas comerciales y de promoción se llevan a cabo de manera improvisada y no están fundamentadas en estrategias comerciales concretas. Si bien existen espacios como Expo Soundcheck en la Ciudad de México, estos siguen siendo centralizados y poco accesibles para la gran mayoría de los músicos, por lo que hay poca introspección y las discusiones resultan autocomplacientes y poco críticas. Del mismo modo, existen otros foros como el Tianguis Cultural del Chopo, también de la Ciudad de México, pero son sumamente endogámicos y no ofrecen respuestas ni un cuestionamiento de la realidad de la industria musical.

Escaneado con CamScanner

- *Falta inversión en infraestructura y tecnología.* Es necesario fomentar más espacios como semilleros de la creación musical, para que los músicos puedan presentarse en vivo y realizar encuentros que nutran el campo. Podemos apreciar que las ciudades que invierten en infraestructura y foros ven como resultado generaciones de músicos preparados para presentarse ante un público, tal como ha ocurrido en fechas recientes con Guadalajara. Asimismo, los costos de las herramientas tecnológicas musicales siguen siendo demasiado elevados para el ciudadano mexicano promedio, por lo que son pocos los que tienen acceso a ellas para incursionar en distintos ámbitos del proceso creativo del campo musical, y generalmente prefieren viajar a Estados Unidos y comprar el equipo allí, antes que adquirirlo localmente, ocasionando una fuga elevada de capital.
- *Falta fomentar la vinculación con otras expresiones artísticas y la incursión en el entorno digital.* Como se ha apreciado, la meritocracia es cada vez más la principal moneda de cambio, por lo que fomentar proyectos interdisciplinarios mediante becas y apoyos federales y estatales permitirá el refuerzo de las redes de inteligencia colectiva que actualmente se están desarrollando en el país. Además, contemplar al campo musical como un entorno complejo y cada vez más vinculado con otros sectores e industrias del entretenimiento permitirá reaccionar ante los vicios del modelo arcaico de negocios, disminuyendo la centralización cultural del país y permitiendo un acceso más homogéneo tanto a las posibilidades creativas como a su consumo, sobre todo si se refuerza mediante plataformas digitales que permitan el libre

Escaneado con CamScanner

flujo y contacto entre diversas expresiones artísticas a lo largo del territorio nacional.

Bibliografía

Abbing, Hans (2004): "The autonomous artist still rules the world of culture. A portrait of the artist in 2005", en Ineke van Hamersveld, Ingrid Janssen, Cas Smithuijsen, Janneke Weijermars Ingrid Janssen (eds.), *Artists Careers and Higher Arts Education in Europe,* vol. 1, Amsterdam, Boekmanstudies, pp. 55-66.

Ahonen, Laura (2007): *Mediated Music Makers. Constructing Author Images in Popular Music,* Helsinki, Finnish Society for Ethnomusicology.

Amprofon (Asociación Mexicana de Productores Fonográficos) (2007): "Impacto de la piratería en la cultura musical de México", disponible en: <www.amprofon.com> [consultado 14/10/11].

Attali, Jacques (2001): *Bruits. Essai sur l'économie politique de la musique,* París, Fayard-Presses Universitaires de France.

Becker, Howard (2008): *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico,* Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

Born, Georgina y David Hesmondhalgh (eds.) (2000): *Western Music and Its Others. Difference, Representation, and Appropriation in Music,* Berkeley, University of California Press.

Bourdieu, Pierre (1993): *The Field of Cultural Production,* Nueva York, Columbia University Press.

Calvi, Juan C. (2006): "La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración", *Zer. Revista de*

Escaneado con CamScanner

Estudios de Comunicación, vol. 11, nº 21 (noviembre), pp.121-137.

Coleman, Mark (2005): *Playback: From the Victrola to MP3. 100 years of music, machines, and money*, Cambridge, Da Capo Press.

Collins, Karen (2007): "Video games killed the cinema star: It's time for change in studies of music and the moving image", *Music, Sound and the Moving Image*, vol. 1, n° 1 (junio), pp. 15-19.

Cohnheim, Nicolás; Damián Geisinger y Ernesto Pienika (2008): *Impactos de las nuevas tecnologías en la industria musical*, Montevideo, Universidad de la República.

Estrada, Gerardo (ed.) (2006): *Disqueras independientes. Primer y Segundo Encuentros y Ferias de Disqueras Independientes*, México, UNAM.

Fernández Porta, Eloy (2008): *Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop*, Barcelona, Anagrama.

Fouce, Héctor (2009): "Prácticas emergentes y nuevas tecnologías: el caso de la música digital en España", documento de trabajo, Observatorio de Cultura y Comunicación, Fundación Alternativas.

Frith, Simon (1999): "La constitución de la música rock como industria transnacional", en Luis Puig y Jenaro Talens (eds.), *Las culturas del rock*, Valencia, Pre-Textos, Fundación Bancaja, pp. 11-30.

— (2001) "Hacia una estética de la música popular", en Francisco Cruces (ed.), *Las culturas musicales. Lecturas de Etnomusicología*, Madrid, Trotta, pp. 413-435.

Hogan, Eileen (2007): "Enigmatic territories: geographies of popular music", documento presentado en el Critical Public Geographies.

Howe, Jeff (2008): *Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving the future of business*, Nueva York, Crown Business.

Hudson, Ray (2006): "Regions and place: music, identity

Escaneado con CamScanner

and place", *Progress in Human Geography*, 30 (5), octubre, pp. 626-634.

IFPI (Federación Internacional de la Industria Fonográfica) (2002): "La piratería musical, el crimen organizado y el terrorismo", disponible en: <www.ifpi.org> [consultado 15/10/11].

— (2009): "Digital Music Report 2009: New business models for a changing environment", disponible en: <www.ifpi.org> [consultado 14/10/11].

Knopper, Steve (2010): *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age*, Berkeley, Soft Skull Press.

Marina, José Antonio (2010): *Las culturas fracasadas. El talento y la estupidez de las sociedades*, Barcelona, Anagrama.

Negus, Keith (2005): *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*, Barcelona, Paidós Iberica.

Ochoa León, S. (2005): "Economía informal. Evolución reciente y perspectivas", disponible en: <www.diputados.gob.mx> [consultado 15/10/11].

Pacini Hernández, Deborah; Héctor Fernández L'Hoeste y Eric Zolov (eds.) (2004): *Rockin' Las Americas: The Global Politics of Rock in Latin/o America*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.

Pekkilä, Erkki; David Neumeyer y Richard Littlefield (eds.) (2006): *Music, Meaning and Media*, Helsinki, International Semiotics Institute.

PricewaterhouseCoopers (2008): *Valuing the use of recorded music*, Australia, PricewaterhouseCoopers, disponible en: <www.ifpi.org>.

ProMéxico (2009): "México destaca a nivel mundial en las industrias creativas", año 7, n° 11, disponible en: <http:// docs.google.com>.

Puig, Luis y Jenaro Talens (eds.) (1999): *Las culturas del rock*, Valencia, Pre-Textos, Fundación Bancaja.

Escaneado con CamScanner

Ruesga Bono, Julián (ed.) (2005): *Intersecciones. La música en la cultura electro-digital*, Sevilla, Arte/facto Colectivo Cultura Contemporánea, Ayuntamiento de Sevilla.

Rutten, Paul (1999): "Global sounds and local brews. Musical developments and music industry in Europe", disponible en: <www.icce.rug.nl> [consultado 3/2/09].

Schávelzon, Daniel (2009): *Arte y falsificación en América Latina*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Todorov, Tzvetan (2003): *Hope and Memory. Reflections on the twentieth century*, Londres, AtlanticBooks.

Yudice, G. (2007): *Nuevas tecnologías, música y experiencia*, Barcelona, Gedisa.

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
POTENTIOR EST OMNIUM SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

Escaneado con CamScanner

EPÍLOGO

ESTRATEGIAS CREATIVAS: ENTRE PRECARIEDAD Y REDES

Néstor García Canclini
Maritza Urteaga

La perspectiva obtenida al estudiar las actuales relaciones entre cultura y desarrollo desde las estrategias creativas y las redes de las nuevas generaciones permite, por un lado, anticipar las direcciones en que están moviéndose los modos de producir, circular y consumir los bienes culturales. Por otro, la visión manejada en los últimos años sobre el desarrollo cultural y sobre las políticas que deberían impulsarlo, en crisis por los cambios tecnológicos y por la descomposición de los modelos económicos y sociales, también puede beneficiarse de los estudios sobre jóvenes al reconsiderar sus bases conceptuales y sus tareas.

¿De qué juventud se trata en este texto? ¿Qué relación tienen estas imágenes presentadas sobre jóvenes emprendedores, trabajadores y creativos que están siendo protagonistas de cambios en las maneras de trabajar y de vivir en la contemporaneidad, con las imágenes de los jóvenes que presentan las instituciones: pasivos, apáticos, desinteresados de todo lo que no sea *talk shows*, fútbol y dinero, y enredados en el consumo y las drogas?

Escaneado con CamScanner

¿De qué juventudes hablamos cuando nos referimos a conjuntos de jóvenes que tienen en las actividades fuera de la escuela o la universidad sus experiencias de aprendizaje más importantes, en tanto les enseñan "lo que realmente está ocurriendo"? Aprender a convertir una fiesta de amigos en un espacio de trabajo y gestación de proyectos y caminar entre varios roles, de amigo a colaborador, de allí a capital social y vínculo para otros escenarios; ir a la inauguración de una exposición para encontrar los contactos sociales necesarios para llevar a cabo sus proyectos artísticos o editoriales, etc. En general, los principales contenidos para andar por la vida no se están dando en las instituciones, aunque el estudiar las carreras creativas es mucho más satisfactorio en términos individuales que el estudiar otras disciplinas más valoradas dos décadas atrás. La conquista del presente es hoy, no está postergada.

Habíamos mencionado en la introducción el corto alcance de los programas destinados a convertir la cultura en impulsora clave del desarrollo socioeconómico y las contradicciones de la reconversión de urbes decadentes o estancadas en ciudades creativas. Al investigar los comportamientos de los jóvenes en México vemos, con la especificidad que ofrecen las historias personales y grupales, algo ya anunciado a grandes trazos por los estudios recientes sobre precariedad: las dificultades de acceso al mercado de trabajo y las deficiencias educativas muestran un panorama alejado de esas utopías.

Aun en la época de industrialización y sustitución de importaciones, o sea, hasta fines de los años setenta del siglo pasado, México presentaba menor integración de sus trabajadores al mercado formal que otros países de la región: casi seis de cada diez mexicanos carecían de servicios de salud y seguridad laboral. A partir de la crisis

Escaneado con CamScanner

de 1982 se extendió el empleo informal y ese proceso se acentuó desde 1994, con la incorporación del país al Tratado del Libre Comercio de América del Norte. La pérdida de empleos y el deterioro de los ingresos reales de los hogares generaron desintegración social y expulsión de migrantes, sobre todo en generaciones jóvenes. Se agravó también la desigual distribución de oportunidades educativas y se debilitaron las expectativas antes colocadas en el trabajo como canal de movilidad social (Bayón, 2006).

Las estadísticas mexicanas indican que la cantidad de jóvenes llamados ni-nis, o sea que no estudian ni trabajan, aumenta desde la crisis de 2007. La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, que estima en 30.580.000 la población de México entre 14 y 29 años, admite que en los tres años previos a 2010, alrededor de 1,3 millones de jóvenes perdieron su trabajo al no renovarse sus contratos, por recorte de personal o cierre de las empresas. No existen cifras desglosadas para el sector cultural, pero el material recogido en esta investigación registra cierre de plazas y disminución de personal en las instituciones estatales y las empresas privadas. Además, la reducción general de empleos en otros sectores es significativa indirectamente, porque muchos artistas, editores y músicos dicen sostener sus emprendimientos con tareas no vinculadas a sus profesiones: dictando clases o talleres en universidades o centros culturales, haciendo trabajos por encargo o recibiendo apoyos familiares.

La *precariedad* es una de las palabras clave en la bibliografía más reciente sobre jóvenes (Reguillo, 2010). En primer lugar, ese término describe la dificultad de conseguir trabajo; luego la fragilidad del empleo (contratación o encargo por unos meses o un año); en tercer lugar, la carencia de garantías sociales y prestaciones laborales, y por fin la necesidad de complementar los ingresos con

Escaneado con CamScanner

proyectos personales o grupales inestables o con actividades de cualquier otro orden. Antes se diferenciaba entre la estabilidad de los empleos estatales y la inseguridad de los privados. Ahora escuchamos relatos de jóvenes, como los recogidos en los capítulos precedentes, que combinan su actividad emprendedora –como artistas, curadores, músicos o editores– con trabajos en organismos públicos y que encuentran, en ambos terrenos, vulnerabilidades semejantes. El curador de uno de los principales museos administrado por el Estado en la Ciudad de México dijo que una cláusula de su contrato establecía que, en caso de accidentarse en sus funciones dentro del museo, el Instituto Nacional de Bellas Artes no se hacía responsable. Algo semejante ocurre en los "trabajos complementarios", aun dentro de instituciones públicas: becas que no incluyen servicios médicos, contratación como profesores por un semestre sin beneficios sociales ni garantías de continuidad.

No obstante, llama la atención el incremento de artistas, editores, músicos y grupos en estas ramas productivas o en actividades interdisciplinarias. Se multiplican los centros de exhibición, las ferias artísticas y editoriales, las revistas y los blogs, los festivales y conciertos. Un curador joven habla de "una sobreoferta impresionante" con varias exposiciones que se abren en un mismo día. La primera feria del libro independiente, de la Ciudad de México, en junio de 2010, reunió a 50 editoriales; la segunda, en 2011, unas 70; y se han realizado en los años recientes varios encuentros nacionales e internacionales en México de este tipo de editoriales. La "música popular alternativa", o sea, la que toma en cuenta algunas reglas de la producción comercial y las amplía para incluir a las generaciones emergentes (rock, electrónica, punk, hip hop y surf), si bien comparte la caída de la producción

Escaneado con CamScanner

discográfica con las *majors*, expande su presencia en las redes digitales y en la proliferación de conciertos en vivo.

Hallamos características semejantes entre los jóvenes que actúan en estos tres ámbitos y dinamizan su desarrollo. Se trata de un nuevo tipo de actores que trabajan no para hacer carrera a largo plazo sino más bien organizados en proyectos de corta y mediana duración, que realizan emprendimientos independientes y basan su desempeño en la creatividad y la innovación. Sus estrategias o tácticas para desempeñarse creativamente en zonas de innovación se potencian al realizar usos intensivos de las redes digitales.

¿En qué medida la novedad en los comportamientos juveniles implica una ruptura con los actores culturales de más edad? Las relaciones entre adultos y jóvenes en los diferentes campos bajo estudio no corresponden con las imágenes de brechas y/o rupturas generacionales de las que hablan muchos autores desde la comunicación, aunque cabe diferenciar lo que ocurre en los distintos campos analizados.

Más que oposiciones observamos relaciones colaborativas y vínculos de apoyo entre generaciones. El caso más claro es el de los jóvenes músicos y otros agentes involucrados en la producción musical alternativa. Los jóvenes enseñan o arrastran a las generaciones más grandes en los usos de las nuevas tecnologías y en las aplicaciones para producir y distribuir música, y las generaciones anteriores los van incluyendo en los usos y costumbres del medio o de la escena independiente, en sus proyectos de fortalecer la escena a partir de los músicos, vinculándolos con otras posibilidades de desarrollo profesional.

De manera diferente, en las artes visuales la tensión intergeneracional parece agravarse sobre todo si se trata de acceder a empleos y financiamientos institucionales.

Escaneado con CamScanner

Las descalificaciones por parte de los artistas consagrados y de más edad hacia los usos que hacen las nuevas generaciones de las tecnologías es una de las evidencias de las disputas más competitivas acerca de las definiciones de lo que es arte y sobre las maneras de practicarlo. Sin embargo, las escuelas ofrecen algunos nichos para el traspaso generacional de maneras algo más lúdicas.

¿Un arte sin jerarquías?

Esta reconfiguración de los trabajos creativos –y de los modelos de negocio implicados– corresponde a un cambio de época en la producción, circulación y consumo-acceso a los bienes culturales. Algunos autores hablan de masificación, otros de democratización de la cultura. Las instituciones tradicionales que organizaron la jerarquía entre lo culto, lo popular y lo masivo pierden su capacidad de diferenciar y distinguir a las élites cuando los museos de más prestigio –el MOMA o la Tate– reciben 4 o 5 millones de visitantes al año. En varios museos mexicanos la asistencia anual supera el millón de personas. La posibilidad de seguir las óperas y los conciertos de Nueva York en simultáneo vía Internet o por pantallas gigantes con sonido Dolby, como ocurre en el Auditorio de la Ciudad de México, a precios mínimos, no anula la distancia con quienes presencian el espectáculo en vivo, pero disminuye su exclusividad. Algo semejante sucede en los conciertos masivos de rock y pop con figuras internacionales en el Foro Sol y en otros escenarios de la capital, a los cuales asisten hasta 50.000 espectadores en cada presentación.

Diríamos que la distribución y el goce estético se han trasladado, en parte, de las artes institucionalizadas, la literatura y la música de élites, a formas difusas de crea-

Escaneado con CamScanner

tividad. Las novedades de los artistas profesionalizados ahora se conocen en países distantes visitando la red, son copiadas en diseños de objetos, en revistas o en videojuegos, y se vuelven obsoletas en corto tiempo. La creatividad brota, a menudo, en esos medios masivos; es generada por diseñadores cuya firma no trasciende o en grafitis y bandas musicales de ciudades mestizas. Pocos diseñadores y grafiteros acceden a las galerías de los países centrales o a las páginas de *Artforum*, lo cual confirma que hay jerarquías, pero sus innovaciones son fugaces y coexisten en polémica con corrientes alternas. Importan menos las obras que percibir la tendencia, ser creativo a partir de lo que están haciendo otros. En vez de obras para poseer o contemplar, prefieren intercambios, participar en los procesos, lugares y circuitos donde se redistribuye la creatividad.

Prosumidores es la palabra que condensa la caída de los muros entre quienes hacen arte, quienes lo transmiten y los receptores. Como el DJ, como multitudes de usuarios de la web 2.0, producen y consumen en una continuidad que nunca para, remixean, reciclan, negocian con "públicos" diferentes cada vez. No obstante, en esas redes hay nodos, puntos estratégicos donde se controla o reorienta la circulación. Las bienales y ferias *mainstream* son embudos que filtran la multiculturalidad y marcan, aun para quienes no llegan, lo que se lleva en cada temporada.

El material reunido en esta investigación exige estar atento a este doble carácter de las transformaciones. Por un lado, la conectividad generalizada facilita que se extienda el acceso a obras artísticas, publicaciones y músicas, y a la vez muchos jóvenes no lo hacen como simples receptores sino incluyéndose en el proceso creativo y de comunicación, tanto de las obras como de su circulación social. Son *trendsetters,* en el sentido de que no siguen

Escaneado con CamScanner

únicamente algunas de las tendencias prevalecientes; las reelaboran en una hiperconectividad constante y en el mismo proceso se autoconstruyen como sujetos, juegan con diversos papeles al vincularse con grupos diferentes. Las discusiones de hace treinta años en los estudios comunicacionales sobre la no pasividad de los espectadores y consumidores quedan rezagadas ante la variedad de comportamientos interactivos en los que aun jóvenes no profesionalizados recrean las ofertas culturales y las reinscriben en escenas, sitios web y acciones grupales.

No obstante, dentro de estos movimientos juveniles o de innovación multidireccional sigue habiendo líderes, estilos o apuestas estéticas impulsadas privilegiadamente por museos, medios, agencias de publicidad, disqueras o redes con poderes no compartidos. Como anota Francisco Cruces en una investigación equivalente desarrollada en Madrid, las tendencias y lo "trend" son construcciones sociales: la posibilidad de participar en ellas está "desigualmente repartida": la concentran y manejan quienes disponen de saberes, idiomas y posiciones socioeconómicas, o sea, capitales culturales necesarios para posicionarse competitivamente. No hay "sujetos creativos" a priori, ni una economía creativa abierta a todos los que desean participar (Cruces, 2011). El acceso más fluido de las nuevas generaciones a las competencias mejor valoradas en la llamada sociedad del conocimiento o capitalismo conectivo favorece en inserción, pero las narrativas sobre las peripecias de los entrevistados revelan los altos costos de la incertidumbre y el peso de los condicionamientos en quienes no cuentan con respaldos familiares ni contactos preferentes en las tramas del poder.

Escaneado con CamScanner

Las escenas jóvenes: coincidencias y diversidad

1. Distintos sectores culturales y sociales aprovechan estas transformaciones de maneras diferentes. De las tres áreas elegidas, *la música* aparece con la mayor capacidad de utilizar las tecnologías recientes de información y comunicación para renovar y facilitar la creación, propiciar nuevas estrategias de difusión y acceso, así como para acrecentar la participación activa de los consumidores con blogs, *podcasts*, radios por *Internet* y redes *Peer to Peer* (P2P).

Este uso intensivo y extensivo de los recursos contemporáneos da también a los emprendedores alternativos mayores oportunidades de situarse en los mercados nacionales e internacionales y enfrentar la competencia de las grandes disqueras que en otras zonas de la producción cultural. Por lo mismo, si bien la industria musical preserva sus rasgos (transnacionalización predominante, fuerte concentración en pocas empresas, embudo selectivo en el acceso), los actores independientes canalizan mayor diversidad cultural y cultivan más géneros estéticos, abren más plataformas y circuitos de comunicación.

Hasta fines del siglo pasado prevalecía una estructura vertical en la organización de la producción, la distribución y comercialización de discos, videos y espectáculos musicales. Si bien sigue habiendo personalidades y firmas dominantes en las mayores disqueras y en los medios de comunicación, las nuevas tecnologías facilitan que los contenidos se difundan con menores costos de producción y promoción. De una industria centrada en la venta de discos se ha pasado a un sistema complejo y diversificado de conciertos, redes y venta de productos sonoros para películas, programas televisivos y hasta celulares. En este proceso multiforme conviene no analizar las formas de

Escaneado con CamScanner

existencia y reproducción del mundo musical solo como industria sino como microrredes, juegos de interacción, al modo en que ensayamos hacerlo en todos los ámbitos estudiados.

Como se explica en el capítulo sobre música, no hay una sustitución de generaciones y formas de hacer. Coexiste la *generación de las disqueras*, o sea, grupos formados y aún condicionados por la industria musical; *la generación de los compilados*, que representan escenas locales e intentan su inserción en circuitos mercantiles, y la *generación digital*, constituida por bandas emergentes que actúan principalmente en redes sociales (Myspace, Facebook, Bandcamp, etc.). Estos últimos son los que se abren más espacios de autoempleo.

2. El campo de los *editores independientes* presenta un paisaje diferente. También en esta área hallamos una alta concentración transnacional de la producción y la circulación, que parcialmente es reproducida por el sistema de librerías. Pretender independencia implica enfrentar redes compactas de inversión, distribución y promoción. No obstante, existe más de un centenar de emprendimientos alternativos solo en la Ciudad de México y decenas en otras regiones del país. Funcionan con equipos pequeños de personal, se financian con apoyos estatales y de fundaciones privadas, con fiestas entre amigos y recursos que obtienen de apoyos familiares o trabajando en otras profesiones. La combinación insegura, no siempre articulada, de estos soportes económicos hace dudar a varios entrevistados acerca de que el nombre de editoriales independientes sea acertado; se las puede nombrar como "editoriales de alto riesgo".

Pese a que algunos editores tienen experiencias en empresas de mayor tamaño, son raros los casos en que ven su modo de producir y autoemplearse como vía para luego

Escaneado con CamScanner

hacer carrera en un gran grupo editorial. Prefieren ser *freelancers*, trabajar con horarios flexibles, convencidos vocacionalmente de lo que hacen. Unos pocos buscan conocer la lógica general del mercado e insertarse con cierta racionalidad comercial. La mayoría no se propone crecer con sentido empresarial, ni buscan préstamos bancarios o crear esquemas financieros consistentes.

Tampoco apuestan a salvarse mediante la innovación tecnológica. La edición digital, el *e-book* y los otros dispositivos de tecnología avanzada –que impactan velozmente el mundo anglosajón– no generan efectos tan transformadores en las editoriales mexicanas de más envergadura, ni en las independientes, ni siquiera en las formadas por los de menor edad. "El libro digital es como una fantasía", afirma una editora joven. Algunos distribuidores valoran hacer "librosalacarta", según titulan su programa, o sea, producir según la demanda, pero siguen apreciando y destacando el libro como objeto. En consecuencia, los debates internacionales sobre propiedad intelectual y reformulación de los derechos autorales han recibido en México menor eco que en países europeos y en Estados Unidos.

3. La escena de *las artes visuales*. Ya el uso de este término –escena– en lugar de campo artístico o mercado del arte, preferidos en la literatura sociológica a partir de los estudios de Pierre Bourdieu, indica que se trata de un ámbito abierto, heterogéneo, que moviliza prácticas y sentidos muy diversos. Otras nociones empleadas por los participantes, como *entornos* o *circuitos* artísticos, aluden a esta multiplicidad de instancias y actores que actúan en red. Se diferencian de los artistas de generaciones precedentes, que se definían por su pertenencia a una galería o a una nación.

Algunos entrevistados (y gran parte de la bibliografía internacional) hablan de que las redes visuales son hoy

Escaneado con CamScanner

una industria cultural. ¿Qué quieren decir al adoptar esta fórmula empleada para productos como los del cine y la televisión? No, por supuesto, que las obras sean fabricadas en serie ni que celebren su masificación. La noción de *industria* remite, en este caso, más bien a la importancia adquirida por la comercialización, la necesidad de "producir lógicas de visibilidad y demanda", según palabras de un curador. Alejados de las estéticas idealistas, que exaltaban la creación excepcional de individuos, y también del nacionalismo que signó las artes en México hasta hace medio siglo, los artistas jóvenes, así como los curadores y teóricos, se refieren a la producción, al carácter globalizado de su trabajo o a la aspiración de lograrlo. Pensar en las artes visuales como una industria también alude a ubicar las prácticas en un desarrollo económico programado, no como acciones únicamente individuales y artesanales. En esta línea, importan los acuerdos entre galerías o entre museos y centros culturales, para articular las noches de inauguración en corredores urbanos, la inserción de las exposiciones y experiencias estéticas en los consumos de la ciudad y en la definición de estilos grupales.

¿Qué sucede en esta escena con las tecnologías recientes? Un número ascendente de artistas jóvenes que manejan con solvencia recursos digitales y electrónicos sintonizan, por lo tanto, con el papel que tienen esos dispositivos en el desarrollo general de la sociedad, en la vida cotidiana. Avala esta expansión la existencia de espacios de exhibición dedicados a ese tipo de obras, como el Laboratorio Arte Alameda y una sección del Centro Nacional de las Artes, así como el reconocimiento ocasional en algunos museos y por parte de unos pocos coleccionistas. De manera más sutil todavía las matrices tecnológicas influyen en el tipo de pensamiento conectivo y horizontal, la intertextualidad de las obras, la sensibilidad expansiva visible en el di-

Escaneado con CamScanner

seño de las piezas y en la circulación en red. Podría postularse la hipótesis de que esta familiarización con los estilos digitales tiene que ver con el rechazo de las generaciones jóvenes al autoritarismo de las instituciones o de curadores estrella. Una vez más, la innovación y la conexión son más valoradas que la seguridad, el proyecto más que la carrera.

Como vemos en esta sintética comparación de los campos creativos, los jóvenes –el número creciente de jóvenes que egresan de escuelas de arte y música o que se incorporan por propia elección, con autoaprendizajes, a la producción cultural– manejan estrategias diversas para enfrentar la precariedad, la estrechez de los mercados simbólicos y para construirse nichos de desarrollo. Algunos procedimientos coinciden: la capacidad autogestiva, la producción *multitask*, la dispersión y fluidez para construir redes de asociación y cooperación, la formación colectiva y las prácticas transdisciplinarias.

También se notan las diferencias, aun dentro de cada campo o escena, al explorar los comportamientos individuales o grupales, no las tendencias en bloque. El uso de tecnologías avanzadas, considerado un hábito general en las nuevas generaciones, no es empleado por todos, ni de idéntica manera. Tampoco los recursos para tratar con la carencia de garantías sociales y prestaciones laborales. La incertidumbre es vivida y encarada de modos diversos. Así, se puede ser creador independiente por distintas vías, y varían los dispositivos para volver sustentables o expandibles los trabajos.

Precariedad y creatividad, escaso lugar en las instituciones y expansión de las redes formales e informales, físicas y digitales. La noción de *desarrollo,* tal como se ha manejado en la bibliografía socioeconómica y en las políticas culturales, resulta demasiado pesada, segura de sí misma, a la luz del estancamiento o recesión que hoy ca-

Escaneado con CamScanner

racteriza a sociedades como la mexicana. Los jóvenes emprendedores o *trendsetters* no la usan, pero tal vez sea útil repensarla tomando en cuenta las actuales tendencias de lo que –con notorias minúsculas– podríamos seguir nombrando como *desarrollo cultural.*

¿Qué tipo de sociedad engendra el trabajo por proyectos inestables? Al entrevistar a creativos y emprendedores independientes en la investigación que estamos haciendo en la Ciudad de México, aparece el carácter ambivalente de estos cambios. Nos decía una artista visual que trabaja a veces como productora cultural y otras como diseñadora digital: "Entre la licenciatura y la maestría estudié nueve años. Sé inglés y francés, y soy capaz de desempeñarme en distintos oficios. Pero no encuentro trabajo que dure: di cursos, luego tuve una beca y hago trabajos con contratos temporales, y entre uno y otro puedo quedarme tres meses sin ganar nada. No puedo esperar que me den un préstamo para comprar un auto ni que me den licencia si quedo embarazada".

La propagación de la creatividad es ahora algo más que un deseo generoso de algunas vanguardias artísticas y literarias. Emergen sujetos fuera de las jerarquías oxidadas, más imaginativos y más precarios; actúan en proyectos discontinuos, sin posiciones laborales fijas, rara vez con apoyos públicos. Si estudiaron en escuelas de arte, tuvieron que seguir aprendiendo en la sociabilidad generacional, en centros culturales alternativos, empleados en empresas o con becas fugaces.

Las tecnologías en red no vuelven desechables las instituciones ni las empresas, ni otras relaciones sociales *offline.* Facilitan que artistas visuales trabajen con músicos y diseñadores, que la iconografía del manga y los videojuegos converse con la experimentación literaria o fílmica. Crea fluidamente la interdisciplinariedad. Pero todavía

Escaneado con CamScanner

las jerarquías entre instituciones y disciplinas tratan de imponer su noción de arte, criterios de valor (económicos y estéticos) formados en la época en que los departamentos de pintura, de medios, de tecnología y de ciencias sociales se las arreglaban para ignorarse. Y, por cierto, contribuyen a la fragmentación quienes pretenden reducir los procesos interculturales y transdisciplinarios, sus confrontaciones irresueltas, a *obras* definitivas, los logros frágiles de artistas *mainstream* a *marcas* y los de artistas periféricos a emblemas étnicos o nacionales.

Autonomía y jerarquía, innovación y desarrollo, son enemigos íntimos.

¿Políticas creativas y sustentables?

Por fin, conviene subrayar que ni estas innovaciones culturales y sociales, ni la participación ampliada de jóvenes en procesos creativos, están resolviendo la deficitaria incorporación de las nuevas generaciones al desarrollo económico y sociocultural. Para decirlo rotundamente: predomina la vasta exclusión de las mayorías y la condena de los creativos a la intermitencia y la precariedad.

Las teorías del desarrollo basadas en el crecimiento económico de los sectores de punta, han tenido ciertos logros en ciudades cosmopolitas donde los jóvenes reciben educación de buen nivel y los Estados invierten en infraestructura. Aun en esos casos el mejoramiento de la condición de vida y la competitividad internacional es selectivo e inestable. La noción de clase creativa es refutada por muchos autores como imprecisa por aglomerar a conjuntos heterogéneos que no son propiamente creativos y que no reciben todos los beneficios de los emprendimientos innovadores. (En el 30% de la población estadounidense,

Escaneado con CamScanner

que según Richard Florida compondría la clase creativa, se hallan industrias como la del cine –donde se contabiliza a los acomodadores y otros servicios rutinarios– y la del diseño –cuyas cifras abarcan a los creadores, las secretarias y otros empleados–). En relación con la concepción tradicional de las políticas de desarrollo cultural, que en México y otros países latinoamericanos siguen concentradas en las artes, la literatura y el patrimonio histórico, los estudios sobre economía creativa han servido para que los responsables políticos y las élites locales consideren la potencialidad económica de la producción cultural. En países como Canadá, que reúne los mejores requisitos para este tipo de desarrollo, las investigaciones señalan el riesgo de que políticas solo confiadas en los sectores creativos aíslen esas prácticas y sus actores de las políticas territoriales y urbanas que persiguen un desarrollo durable y extendido a toda la población (Roy-Valex, 2006).

En varios países europeos, donde los gobiernos han desplegado programas de apoyo a los emprendedores, pymes culturales y asociaciones creativas independientes a través de créditos, becas y estímulos al mecenazgo (por ejemplo, España e Inglaterra), se interpretan estas acciones en conexión con la hiperflexibilización de los empleos. Al no dar más que apoyos temporales y discontinuos, no se garantiza la durabilidad de estas prácticas creativas. Los Estados y las empresas se desresponsabilizan de las garantías antes aseguradas en los mercados laborales y delegan en los individuos creativos la responsabilidad por su éxito o fracaso (Rowan, 2010).

Encontramos que el desmantelamiento del Estado de bienestar, con las consecuencias conocidas sobre la ampliación del desempleo, la precariedad y la inseguridad social, se articula con la despolitización y la pérdida de interés y confianza en lo que pueden hacer los actores

Escaneado con CamScanner

públicos. Las encuestas recientes a los jóvenes en España, México y Argentina (García Canclini, 2008; Hopenhayn, 2008; Reguillo, 2010) muestran desinterés ante las ofertas de bienestar y participación estatales. Prefieren la inserción en redes más experimentales: con sus compañeros de edad, con los que ofrecen trabajo (aunque sea precario) y bienes de consumo y comunicación (aunque se obtengan fuera de la ley). Hasta la comunicación a distancia por medios digitales les brinda mayor concreción, por decir así, en la voz y las imágenes que los relacionan al instante y con los que consiguen efectos verificables, que los sitúan no en estructuras abstractas sino en redes expresivas. Estos datos sobre el descontento –o la indignación– de los jóvenes respecto de las estructuras estatales y privadas hegemónicas son desafíos fuertes para las políticas de desarrollo.

Bibliografía

Bayón, María Cristina (2008): "La precariedad social en México y Argentina: tendencias, expresiones y trayectorias nacionales", *Revista de la CEPAL*, n° 88, pp. 133-152.

Bourdieu, Pierre (1992): *Les regles de l'art: Genése et structure du champ littéraire*, París, Seuil. [Trad. esp.: *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama, 2002.]

CEPAL-OIJ (2004): *La juventud en Iberoamérica, tendencias y urgencias*, Santiago, CEPAL-OIJ.

Cruces, Francisco (2012): "Trend-setters en Madrid: Jóvenes y corrientes culturales emergentes", inédito.

De Heusch, Sara; Anne Dujardin y Héléna Rajabaly (2011): "L'artiste entrepreneur, un travailleur au pro-

Escaneado con CamScanner

jet", *L'artiste un entrepreneur? Collectif sous la direction du Bureau d'études de SMartBe*, Bruselas, Les Impression Nouvelles, SMartBe.

García Canclini, Néstor (2000): "Diarios locales, ¿miradas globales? La información cultural en periódicos mexicanos", *Etcétera*, noviembre, pp. 38-52.

— (2008): "Los jóvenes no se ven como el futuro: ¿serán el presente?", en Martín Hopenhayn y María Luz Morán (coords.), *Inclusión y ciudadanía: perspectivas de la juventud en Iberoamérica, Pensamiento Iberoamericano*, nº 3, 2ª época, Revista Bianual, Madrid, AECID, Fundación Carolina.

Hopenhayn, Martín (2008): "Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana", *Pensamiento Iberoamericano*, n° 3, pp. 49-71.

Instituto Mexicano de la Juventud (2007): *Jóvenes mexicanos. Encuesta Nacional de Juventud 2005*, México, IMJUVE.

Latour, Bruno (2005): *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*, Buenos Aires, Manantial.

Roy-Valex, Myrtille (2006): *La "classe créative" et la compétitivité urbaine: Culture et économie et vices et versa d'une théorie*, Montreal, INRS-Urbanisation, Culture et Société.

Reguillo, Rossana (coord.) (2010): *Los jóvenes en México*, México, Fondo de Cultura Económica, Conaculta.

Rowan, Jaron (2010): *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*, Madrid, Traficantes de sueños.

Escaneado con CamScanner

LOS AUTORES

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, New York, Stanford, Barcelona, Buenos Aires y São Paulo. Su libro más reciente es *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia* (2010).

Maritza Urteaga es profesora investigadora en la ENAH y miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México. Sus investigaciones están enfocadas en el estudio de diversos actores sociales juveniles. Entre los más recientes figuran los jóvenes indios en la ciudad, los *trendsetters* y los estudiantes de Antropología. Su último libro es *La construcción juvenil de la realidad. Jóvenes mexicanos contemporáneos* (2011).

Verónica Gerber Bicecci (Ciudad de México, 1981) es artista visual y escritora. Hace piezas que son textos y textos que son piezas. Su libro *Mudanza* (2010, Ed. Auieo-Taller

Escaneado con CamScanner

Ditoria) narra la transformación de cinco escritores en artistas visuales. Actualmente escribe *Manual de fotografía anónima* a partir de fotografías encontradas en tianguis y mercados de pulgas, estudia la maestría en Historia del Arte de la UNAM, y forma parte del equipo de artes visuales en la presente investigación.

Claudia Jiménez López es etnóloga por la Escuela Nacional de Antropología e Historia, donde ha trabajado sobre temas de juventud, medios de comunicación, antropología virtual y redes sociales. Actualmente se desempeña como locutora y guionista en Ibero 90.9 (estación de radio universitaria en la Ciudad de México). Es editora del proyecto *Red Bull Panamerika*, programa de radio y blog especializado en música alternativa iberoamericana.

Raúl Marcó del Pont Lalli es doctorando en antropología social en la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa y máster en edición (2004) por la Universidad de Salamanca. Es editor de temas ambientales desde 1985. Ha coordinado la producción de más de trescientos títulos sobre medio ambiente, publicando tanto artículos como traducciones sobre temas culturales y ambientales.

Carla Pinochet Cobos es licenciada en antropología por la Universidad de Chile y maestra en ciencias antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana de México. Ha participado en investigaciones en torno a la cultura popular, la antropología del arte y las políticas culturales en América Latina. Actualmente escribe su tesis doctoral acerca de los procesos de construcción institucional en dos museos alternativos de la escena latinoamericana.

Escaneado con CamScanner

Cecilia Vilchis Schöndube es investigadora independiente. Estudió la maestría en el Center for Latin American and Caribbean Studies (CLACS) y es licenciada en antropología social por la UAM-I. Ha explorado la industria del libro y la música. Ha colaborado también en investigaciones sobre los públicos de danza en México (CENIDI-Danza "José Limón"), sobre el cine mexicano y sobre industrias culturales, artes plásticas y cultura popular.

Julián Woodside Woods es maestro en Historia Cultural y licenciado en Comunicación Social con especialización en semiótica. Ha publicado diversos textos sobre semiótica, cultura, identidad, música y cine, colaborando también con diversos medios de comunicación. Actualmente imparte clases de licenciatura y es consultor para agencias de investigación cualitativa.

Escaneado con CamScanner

Cultura: espectro que va desde un conjunto de signos de identidad a recursos para atraer inversiones, generar empleos y dinamizar el turismo.
Desarrollo cultural: no solo multiplicación de museos, festivales e industrias comunicacionales, sino también la ampliación de consumos inteligentes y el acceso a tecnologías innovadoras.
¿Pueden alcanzarse los propósitos de las políticas culturales tras las crisis económicas que recortan fondos públicos, provocan despidos de personal y reducen el poder adquisitivo de la mayoría?
Los jóvenes están respondiendo al repliegue de los mercados de trabajo y las oportunidades de acceso inventando nuevos modos de agruparse y comunicarse en red. Hacen arte, libros y música, difunden y descargan contenidos digitales, más allá de lo que permiten quienes los venden y compran. Muchos de ellos no parecen encuadrarse en la calificación de apáticos, pasivos o simples indignados. La etnografía recogida aquí sobre estas escenas tampoco autoriza la idealización de la economía creativa, como si la cultura estuviera abierta a todos los que quieren participar en ella.
Esta investigación de campo hecha en México, que coincide parcialmente con otras efectuadas en Barcelona, Londres y Madrid, discute si estos jóvenes innovadores son mejor designados como *trendsetters*, *techsetters*, "prosumidores" o emprendedores culturales. Sus modos novedosos de desplazarse del consumo al acceso, de la realización de carreras a proyectos inestables, ¿genera cambios en la creatividad de unos pocos o en la sociabilidad general? Sus motivaciones utópicas ¿no encubren la precariedad del autoempleo? ¿A qué sociedad llevan estos modos de combinar el capitalismo conectivo y la incertidumbre?

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
OMNIUM POTENTIOR EST SAPIENTIA
FUNDADA EN 1620
QUITO

ISBN 978-950-12-5477-8
8045179
9 789501 254778
www.planetadelibros.com
www.paidosargentina.com.ar

Escaneado con CamScanner