

EL TRABAJO CULTURAL: ESTUDIO LOCAL SOBRE LAS CONDICIONES LABORALES EN TRES SUB-SECTORES CULTURALES*

Dr. Jesús Eduardo Oliva Abarca
Universidad Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza, México
jesus.olivaabr@uanl.edu.mx

Recibido el 20 de setiembre de 2017

Aceptado el 8 de diciembre de 2017

Resumen

En el presente artículo se exponen los resultados de una investigación centrada en el análisis de las condiciones laborales de los sub-sectores culturales de las artes visuales, de la producción audiovisual y del diseño gráfico en Nuevo León, una de las entidades federativas más desarrolladas de México. El marco teórico en el que se sustenta este estudio incluye una revisión de las tipologías de las industrias culturales y creativas y de investigaciones previas sobre el trabajo cultural y creativo. El enfoque metodológico es cualitativo, pues, para lograr una adecuada descripción del objeto de estudio, se requirió examinar las percepciones, opiniones y juicios de los actores involucrados, es decir, de los trabajadores culturales. Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron la observación participante y la entrevista semiestructurada; dichas estrategias se aplicaron en los contextos en que se desempeñan los participantes seleccionados. Los datos recabados se organizaron en tres categorías, la de los regímenes laborales, la de la representación discursiva, y la de las perspectivas de desarrollo de los productores culturales. En las conclusiones, que retoman los resultados obtenidos, se confirma que el trabajo cultural en el estado se caracteriza por la precariedad, el pluriempleo, la informalidad y el autoempleo.

Palabras clave: industrias culturales y creativas, precariedad, sub-sector cultural, trabajo cultural, trabajadores culturales.

* Este artículo de investigación científica y tecnológica compendia parte de los resultados obtenidos de tres proyectos de investigación cuya temática general es la producción cultural en el estado de Nuevo León, México. Dichos proyectos fueron financiados, respectivamente, por el Apoyo de Fomento a la Generación y Aplicación Innovadora del Conocimiento, y por el Fortalecimiento de Cuerpos Académicos, ambos patrocinios pertenecientes al Programa para el Desarrollo Profesional Docente, para el Tipo Superior (PRODEP), y por el Programa de Apoyo a la Investigación Científica y Tecnológica (PAICyT) de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

CULTURAL WORK: A LOCAL STUDY ON LABOR CONDITIONS IN THREE CULTURAL SUB-SECTORS

Abstract

This paper presents the research results of an analysis of labor conditions on three cultural sub-sectors. The research was focused on the sub-sectors of the visual arts, the audiovisual production, and the graphic design in Nuevo León, one of the most developed states of México. The theoretical framework that sustains this study addresses the typologies of cultural and creative industries, as well as previous studies on cultural and creative work. The methodological approach is qualitative, since the cultural workers' perceptions, opinions, and experiences were a valuable data source. The research strategies employed were the participant observation and the semi-structured interview. The collected data were organized into three categories: the labor regimes, the discursive representation, and the development perspectives of the cultural workers. Based on the research results, it is confirmed in the conclusions that the cultural work is characterized by scarcity, moonlighting, and self-employment.

Keywords: cultural work, cultural workers, cultural sub-sector, creative and cultural industries, field of cultural production, scarcity, visual arts.

Como citar este artículo:

Oliva Abarca, J. E. (2017). "El trabajo cultural: estudio local sobre las condiciones laborales en tres sub-sectores culturales", en *Perspectivas de la Comunicación*, Vol 10, n° 2. pp. 143-170.

1. Introducción

Uno de los aspectos que está adquiriendo cada vez mayor relevancia en los estudios sobre la producción cultural es el del trabajo, es decir, las características, regímenes y condiciones laborales de todos aquellos individuos que pueden denominarse como profesionales o trabajadores culturales. No obstante, el abordaje de esta temática implica afrontar también dos dificultades de carácter teórico: la primera se refiere al hecho de que el uso cotidiano del término de trabajo se asocia con el esfuerzo físico y con el de la producción de productos y servicios que satisfacen alguna necesidad inmediata, mientras que las actividades culturales, sean de creación, promoción o gestión, se consideran como prácticas intelectuales cuyo valor social es indudable pero de las cuales no necesariamente resultan objetos o procesos que contribuyan de manera directa a resolver necesidades básicas. La segunda problemática concerniente al estudio del trabajo cultural es relativa a la existencia de una diferenciación, tácita si se quiere, entre un tipo de trabajo “productivo”, que sería el relacionado a los sectores primario, secundario y terciario de la economía, y las ocupaciones relacionadas con la cultura.

Esta separación tiene sus antecedentes en las ideas sostenidas por Adam Smith, quien distingue entre “trabajadores productivos” y “trabajadores improductivos”¹, siendo los primeros aquellos cuyas actividades producen un valor equivalente o superior al de sus remuneraciones, y los segundos aquellos cuyos costos de manutención son superiores a lo que producen. Entre éstos se encuentran, según Smith, quienes se entregan a “actividades frívolas”, tales como escritores, músicos, actores, etc. Según este punto de vista, las profesiones culturales no contribuyen de manera significativa al incremento del capital o de la riqueza. De ello que la representación más socorrida del trabajador cultural sea la de un bohemio, esto es, un individuo ajeno a intereses comerciales, y un antagonista declarado del afán de acumulación de bienes materiales. Cabe agregar que el pensamiento de Smith fue rebatido por Marx (2008), quien señalaba que en la división entre trabajo productivo e improductivo sostenida por Smith se confundía la cantidad del trabajo con el valor generado a partir del mismo. La diferenciación entre trabajadores productivos e improductivos de Smith, por demás inexacta, ha perdido toda vigencia en la actualidad, principalmente porque la economía contemporánea se encuentra en un proceso de transición y de cambios de paradigmas en los cuales la figura del trabajador cultural se replantea y, por lo tanto, se revalora (Florida, 2012).

En un mundo tendiente a la globalización, ha sido necesario pasar de una economía centrada en la producción local y basada en insumos materiales, a una que dé cabida a la apertura de mercados y que se sustente en las capacidades y

¹ Disponible como edición electrónica en <http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/04/Smith-Adam-La-Riqueza-de-las-Naciones.pdf>.

habilidades de los individuos. Tales tránsitos y transformaciones han propiciado que las industrias culturales y creativas adquieran un papel económico más protagónico (O'Connor, 2010), y, por consecuencia, la percepción sobre los trabajadores del sector de la cultura también ha cambiado de manera significativa. Hoy en día, el discurso sobre estas profesiones, su valor, su función y su utilidad, es sumamente diferente al de hace cien o cincuenta años. El artista, el creativo, forma ahora parte de una fuerza de trabajo que se caracteriza precisamente por la aplicación de la creatividad en todo proceso, por la búsqueda de la innovación, por la flexibilidad tanto en las formas de proceder como en las de pensar, y por la resolución para emprender (Oakley, 2009: 27).

La sistematización del trabajo de artistas, músicos, escritores, diseñadores, cineastas, en suma, de todos los profesionistas imbricados en las artes y la cultura ha propiciado la conformación de un sector de actividad basado precisamente en la producción simbólica y la expresión y manifestación de la creatividad humana en todas sus formas posibles. Así pues, junto con los sectores productivos primario, secundario y el de servicios, se ha propuesto la idea de que las industrias culturales y creativas conforman un cuarto sector, enfocado en la preservación y promoción del patrimonio cultural, tangible e intangible, en la creación de obras artísticas, en la producción de contenidos mediáticos y a proveer servicios de diseño en todas sus vertientes, es decir, desde la publicidad, el diseño gráfico e industrial, hasta la arquitectura (Einarsson, 2016). No obstante, la idea de integrar las industrias culturales y creativas en un cuarto sector productivo es sólo una tentativa que no ha logrado consolidarse.

Conviene, antes de continuar, señalar que, si bien las industrias culturales y creativas son empleadas como sinónimos, diversos autores advierten que existe una diferencia esencial entre las industrias orientadas a la producción cultural y las que se basan en la creatividad. De acuerdo con el *Informe sobre la economía creativa*, investigación realizada y publicada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD):

El término industrias creativas se aplica a un conjunto productivo mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software (20).

Otras investigaciones sugieren que la diferencia entre las industrias culturales y creativas radica no en la extensión de los conceptos o en las actividades que comprenden, sino en el modelo de producción que las caracterizan; mientras que las industrias culturales se rigen por la serialización de los productos y la uniformización de la oferta, el sector creativo se definiría por la personalización de los objetos producidos y por la segmentación de la demanda (Oakley, 2009; O'Connor, 2010). Por su parte, Einarsson (2016) señala que la distinción entre industrias culturales e industrias creativas no reside en diferencias esenciales o en características propias de éstas, sino en la perspectiva que se adopte para su estudio (25). Cabe señalar que la postura de Einarsson no contribuye a esclarecer

el tema de la diferenciación entre industrias culturales y creativas, antes bien, ignora o minimiza dicho asunto al relativizarlo.

El planteamiento de Zallo (1992) pudiera esclarecer el tema de la diferenciación entre las industrias culturales y las creativas. De acuerdo a este autor, la industrialización de la cultura, esto es, “la organización capitalista del modo de producción de la cultura” (87) en algunos sub-sectores, tales como en la radio y en la televisión, engloba todas las etapas del proceso de producción, mientras que en otros, como en la editorial, la musical y la cinematográfica, la parte creativa no se encuentra subordinada (o no del todo) a la estructuración industrializada (88). Con base a lo señalado por Zallo, pudieran distinguirse las industrias culturales de las creativas según el grado de independencia de los procesos creativos respecto a la organización capitalista, siendo las primeras más autónomas que las segundas, dado que las industrias creativas se apoyan mayormente en tecnologías digitales (O’Connor, 2010). El panorama de las industrias culturales y creativas podría representarse a través de cuadrantes, como se muestra en la tabla 1. Cabe indicar que esta diferenciación es provisional y admite múltiples matices que se deberán especificar con precisión en ulteriores trabajos.

Industrias culturales (con mayor énfasis en la autonomía creativa): Literatura, música, artes visuales, artes escénicas	Industrias creativas (con un grado intermedio entre la autonomía creativa y la organización capitalista): Diseño, moda, arquitectura, publicidad
Industrias culturales (con mayor énfasis en la organización capitalista): Cine, fotografía, televisión, radio, videojuegos	Industrias creativas (con un alto grado de organización capitalista): Software, hardware, equipo audiovisual, estudios de grabación de audio y de video

Tabla 1. Diferenciación de industrias culturales y creativas

(Fuente: elaboración propia, basada en Zallo, 1992)

La discusión teórica sobre las industrias culturales y creativas y el trabajo relativo a éstas es el punto de partida de la presente investigación, cuyo propósito es el de examinar las condiciones, factores y aspectos que caracterizan la labor de los profesionistas encauzados a la creación de bienes y/o a la prestación de servicios

culturales y creativos en Nuevo León, una de las treinta y dos entidades federativas de México. La delimitación de este estudio a dicho estado se basa en el hecho de que, junto con Guadalajara y Ciudad de México, Nuevo León es una de las regiones del país con un crecimiento económico más sostenido y con una tendencia mayor a la concentración de micro, pequeñas y medianas empresas. Tal circunstancia ha propiciado que exista, desde 1940 al día de hoy, una estrecha colaboración entre la iniciativa privada y el sector público en lo que al desarrollo cultural del estado se refiere (Amores, 2007). A este panorama se suman las iniciativas independientes de artistas, escritores y otros trabajadores culturales (Rubio Elosúa, 2000) cuyo interés es el de ofrecer un espacio no institucionalizado tanto a talentos emergentes como al público en general.

Para cumplir con el propósito planteado se abordan los modelos de clasificación de las industrias culturales y creativas más comprensivos, revisión seguida de la presentación de algunos ejemplos de micro, pequeñas y medianas empresas culturales y creativas nacionales y locales. Posteriormente, se explora el concepto de trabajo cultural, entendido no solamente como el acto y esfuerzo concreto de y para realizar una tarea específica, sino también como los regímenes y discursos que lo determinan y lo constituyen (Hesmondhalgh & Baker, 2011). Con base en todos estos planteamientos teóricos, se analizan las percepciones y valoraciones que los trabajadores neoleonenses de los sub-sectores de las artes visuales, la producción audiovisual y el diseño gráfico se forman respecto a sus propias actividades, su entorno y condiciones laborales, así como sus expectativas de desarrollo.

1.1. Tipologías de las industrias culturales y creativas

Desde una perspectiva comercial, las creaciones artísticas poseen una faceta de mercancía, esto es, de objeto de intercambio y de lucro; no obstante, existe también una concepción idealista según la cual la cultura se presenta como un ámbito separado e independiente de las demás esferas de la vida humana, indiferente a los estragos de los conflictos sociales, a los vaivenes de la actividad económica, en suma, alejada de las preocupaciones y problemas mundanos. Tal postura implica que la dimensión mercantil de las obras artísticas fuera obviada debido a que éstas expresan los valores más elevados de la imaginación e inventiva humana. No obstante, dicha óptica, que justificaba la idea del arte por el arte y del conocimiento desinteresado, ha dado paso a una postura que admite que toda manifestación y expresión cultural influyen y son influenciadas por diversos factores sociales, económicos, políticos, etc. Un ejemplo de este influjo recíproco es el del uso de las tecnologías de reproducción en las artes, dando por resultado el cine, la fotografía, la radio y la televisión.

Tales tecnologías propiciaron que la ocultación del carácter económico de las obras de arte fuera más difícil, principalmente porque se convirtieron en artículos con una mayor presencia en la vida cotidiana y, por lo tanto, la unicidad e

irrepetibilidad (Benjamin, 2003) dejaron de ser los criterios absolutos de valoración de los bienes culturales. Estas transformaciones en cuanto a la producción y distribución cultural suscitaron la formalización de varias prácticas culturales, o, en otras palabras, que la creación cultural se reconociera como un sector de actividad económica, esto es, que la cultura se industrializara, tema que preocupaba a Theodor Adorno y Max Horkheimer, para quienes la subordinación de la creación cultural a esquemas de producción industrial conllevaba a la trivialización de la experiencia estética y a la sustitución de la reflexión por una diversión frívola (Horkheimer & Adorno, 1998). No obstante, y pese a su inicial acepción negativa, la industria cultural fue asumida posteriormente como un elemento tanto de mejora social como de crecimiento económico (Hesmondhalgh, 2013).

La orientación del discurso sobre la industria cultural cambió sustancialmente en cuanto el uso económico de la cultura comenzó a ser un tema recurrente en las políticas de desarrollo (O'Brien, 2014: 41-42) de diversos países, hecho suscitado a raíz de que las ganancias que reportaban industrias como la editorial, la cinematográfica y la discográfica, así como el incremento del valor monetario de las obras de arte en circulación en los mercados internacionales, demostraban la rentabilidad del sector cultural. Además, numerosas instituciones y organizaciones propugnaron que el que los bienes culturales sean objetos de lucro no implica necesariamente su degradación o el declive de la expresividad humana (PNUD, 2014). Así pues, las industrias culturales se han posicionado como un elemento clave del discurso desarrollista contemporáneo:

Las industrias culturales aportan un valor añadido a los contenidos al mismo tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Resultan esenciales para promover y difundir la diversidad cultural, así como para democratizar el acceso a la cultura y, además, conocen altos índices de creación de empleo y riqueza (UNESCO/CERLAC, 2002: 11-12).

Aunque muchos analistas e investigadores insisten en diferenciar las industrias culturales de las creativas, el paradigma generalizado es el de presentarlas juntas, como un único sector productivo compuesto por sub-sectores que poseen cada uno rasgos y procesos distintivos (Zallo, 1992). Así lo evidencian los diferentes modelos de clasificación, de entre los cuales puede destacarse el de los círculos concéntricos (PNUD, 2014), que categoriza las actividades culturales y creativas en cuatro dominios: el primero, comprende la literatura, la música, las artesanías, las artes visuales y las escénicas, el segundo al cine, los museos, galerías, librerías y bibliotecas, y la fotografía, el tercero incluye el diseño, la publicidad, la arquitectura y la moda, y el cuarto y último se refiere al patrimonio, a los medios impresos, la televisión y la radio, y los videojuegos (Fig.1). En esta clasificación las prácticas comprendidas en los dos primeros círculos son las asociadas con la experiencia y el juicio estéticos, mientras que las del tercero se refieren a actividades de entretenimiento y disfrute del tiempo libre, y, finalmente, las del

cuarto círculo, el más alejado de la “expresión cultural principal” (22), son aquellas con un mayor grado de funcionalidad.

Otra tipología de las industrias creativas y culturales es la propuesta por el National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA) en el Reino Unido, y que propone una distinción de cuatro grupos de profesionales: el primero engloba a los proveedores de servicios creativos (publicidad, arquitectura, diseño, edición), el segundo a los productores de contenido creativo (televisión, radio, música, moda, videojuegos), el tercero incluye a los proveedores de experiencias creativas (cine, artes escénicas, galerías, deportes, patrimonio, museos, conciertos), y el cuarto a los productores originales creativos (artes visuales, artesanías, antigüedades) (Flew, 2012: 24-25). En este modelo, organizado al igual que el de los círculos concéntricos, existen áreas de común influencia, como es el caso de la estrecha colaboración que mantienen los proveedores de servicio con los creadores de contenido, de la misma manera que los creadores originales trabajan conjuntamente con los proveedores de experiencias (Fig.2).

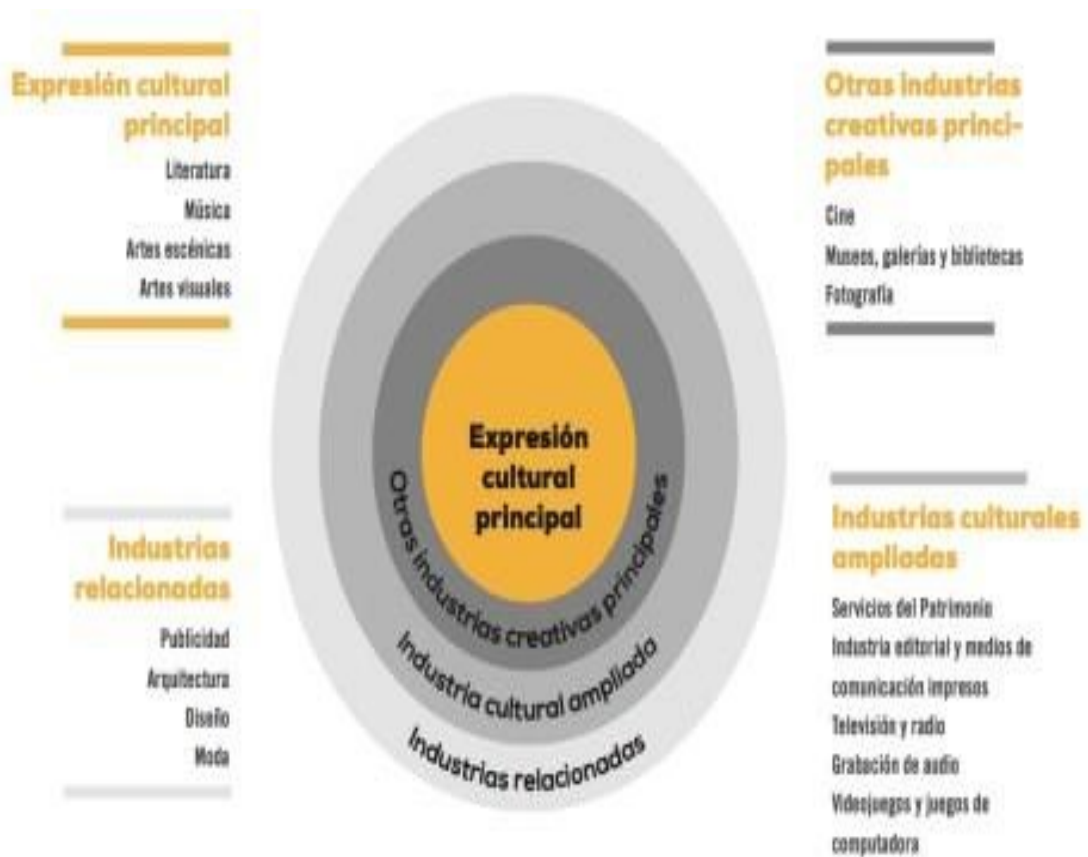


Fig. 1. Modelo de los círculos concéntricos

(Fuente: PNUD, *Informe sobre la economía creativa*)

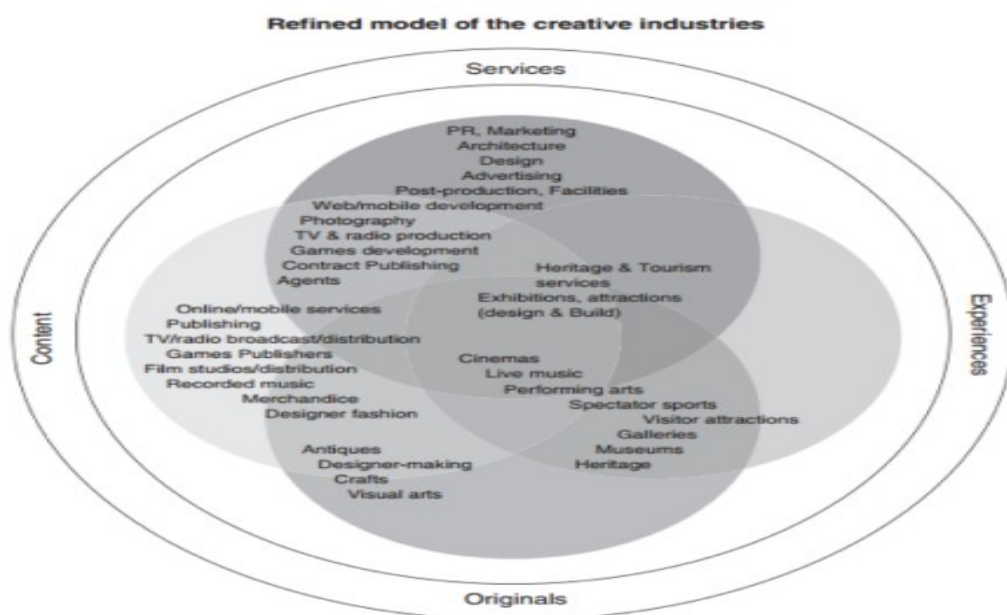


Fig. 2. Modelo de la NESTA

(Fuente: Terry Flew, *The Creative Industries*, p. 25)

Desde una perspectiva centrada en criterios económicos, se ha propuesto también una categorización de mercados creativos; según esta óptica, el trabajo creativo, que en este caso incluye al cultural, se divide en cuatro mercados, diferenciados según sus respectivos tamaños y las ganancias que obtienen (Howkins, 2013: 152). Los cuatro grandes mercados consisten en: a) las artes y la cultura, e incluye a las artes visuales y las plásticas, las artesanías, los libros, el cine, la música, las artes performativas, y los videojuegos; b) el diseño, que engloba a la arquitectura, el diseño (gráfico, industrial, de interiores, etc.), y la moda; c) los medios, incluyendo a la publicidad, la comunicación impresa (periódicos y revistas), y la televisión y la radio; d) la innovación, mercado que comprende a la investigación y desarrollo en todos los ámbitos, desde el académico, pasando por el empresarial, hasta el tecnológico, la programación de software, y las páginas web (Howkins, 2013).

Otro modelo que conviene ser comentado es el de las llamadas industrias protegidas por derecho de autor, o basadas en la propiedad intelectual; si bien éste es uno de los modelos más restringidos, su utilidad consiste en que expone una segmentación del sector cultural y creativo definida no sólo por las disciplinas que lo componen o las ganancias reportadas, sino también por los alcances y limitaciones jurídicas de cada una de las industrias comprendidas. De acuerdo con Piedras (2004), las industrias protegidas por derecho de autor (IPDA, por sus siglas) se clasifican en, primero, industrias base, las cuales comprenden la prensa y

la literatura, la música, el cine y el video, la radio y la televisión, la fotografía, las artes gráficas y visuales, y los servicios de publicidad; segundo, industrias interdependientes, que son las que proporcionan el equipo y artículos a las primeras; tercero, industrias parcialmente relacionadas, que incluyen desde el diseño de muebles, de moda, hasta la arquitectura, y los museos; por último, las industrias no relacionadas, que son aquellas cuyos servicios contribuyen, directa o indirectamente, a la difusión y promoción de las industrias base (Piedras, 2004).

Aunque los modelos previamente comentados abarcan a las formas artísticas tradicionales, algunos autores señalan que la identificación de éstas como industrias culturales no es del todo válida. Si bien el sector cultural y creativo incluye expresiones artísticas diversas, también incorpora otras actividades dirigidas a audiencias masivas, con el claro objetivo de entretener y con un obvio afán de comercialización (Lewis, 1990: 51). Además, las industrias culturales, según Lewis, operan de acuerdo a modelos empresariales basados en la libre competencia (52), mientras que las artes se fundamentan en la realización autoconsciente de valores estéticos y, por lo tanto, dependen tanto de subsidios gubernamentales y del mecenazgo de particulares; no obstante, y dados los recortes cada vez más frecuentes al presupuesto para las artes y la cultura², artistas y colectivos artísticos han optado por la búsqueda de patrocinios o de créditos (Maanen, 2009) e, incluso, se han visto en la necesidad de asumir una visión empresarial (McRobbie, 2016).

Además del modelo de operación y de la audiencia o público objetivo, existen otros criterios que se emplean para distinguir entre organizaciones artísticas e industrias culturales, tales como el de la orientación de la producción y el de el volumen de producción (Colbert & Cuadrado, 2015). El primero se refiere a si el productor u organización centran sus actividades en el producto o en el mercado; en el primer caso, el creador está comprometido con la creación de un bien cultural que se insertará posteriormente en el mercado, mientras que la segunda situación supone adaptar el proceso creativo a las tendencias del mercado. El segundo criterio contempla la unicidad o la reproductibilidad de los bienes producidos, es decir, si el producto se concibe como pieza única, o bien para ser reproducido en serie (18). Según esta tipología, las industrias culturales centran sus actividades en el mercado y en la producción seriada, mientras que las organizaciones artísticas se enfocan en el producto y en la creación de obras únicas no reproducibles.

Independientemente del modelo de clasificación que se elija, claramente el desarrollo de las industrias culturales y creativas, así como el de las organizaciones

² En México, las reducciones al presupuesto asignado al sector cultural han afectado de manera significativa las actividades de múltiples instituciones culturales públicas: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/2016/11/11/reducen-presupuesto-en-cultura-para-2017>.

artísticas, dependerá tanto de las condiciones sociales, económicas y jurídicas de cada país, así como de los factores que determinan el trabajo y las interacciones de los agentes culturales y creativos. En atención a este aspecto contextual de la producción cultural y creativa, y a que este estudio se limita al análisis de las percepciones y juicios respecto al trabajo cultural de los actores involucrados en tres sub-sectores culturales, es pertinente presentar algunos ejemplos de organizaciones artísticas e industrias culturales y creativas en México, en general, y en Nuevo León particularmente. Conviene recordar que esta investigación se centra en los sub-sectores de las artes visuales, la producción audiovisual y el diseño gráfico, lo que implica que la panorámica a esbozar se centrará en estos ámbitos.

1.2. Ejemplos nacionales y locales

Los proyectos culturales y creativos en México han surgido a través de las colaboraciones con la iniciativa privada y con el gobierno. En términos generales, el panorama de las micro y pequeñas empresas culturales y creativas se compone por tres tipos principales, a saber, las surgidas por apoyos públicos, las patrocinadas por el sector privado, y las independientes. Las primeras surgen a raíz de programas de incubadoras culturales o de financiamiento a crédito por parte de instituciones gubernamentales; las segundas son propuestas de empresarios y compañías grandes que desean contribuir a la vida cultural, mientras que las últimas son el resultado de trabajadores culturales y creativos que inician sus proyectos con pocos o nulos recursos y con la expectativa de que sus decisiones y actividades laborales no estén sujetas a restricciones creativas.

En lo que respecta a las artes visuales, una de las iniciativas privadas de mayor renombre en la Ciudad de México es el Centro de Cultura Casa Lamm, espacio que funge como institución de educación superior centrada en la formación artística, y como galería de arte. Con una orientación un tanto diferente, Galería Arvil se ha especializado principalmente en la promoción del talento artístico mexicano (Abelleyra, 2010). Un caso análogo en Nuevo León es el de Arte A.C., sitio fundado con el propósito de ofrecer clases de dibujo y pintura a todos los interesados, así como de exponer la obra de artistas noveles (Amores, 2007), y que, al día de hoy, se ha consolidado como una de las más importantes instituciones educativas privadas, a nivel nacional, enfocada en las artes y el diseño. Con veinticinco años de experiencia, Drexel Galería, ubicada en el municipio de San Pedro, también en Nuevo León, se ha dedicado principalmente a la exhibición de las obras de artistas emergentes, apostando principalmente por el experimentalismo.

En el sub-sector de la producción audiovisual, un caso a destacar es el de Macondo Cinematográfica, que, en palabras de su director, abarca el mercado de la creación y exhibición cinematográfica, la distribución en formatos de video y la venta de contenidos (Abelleyra, 2010: 174). Otro ejemplo importante es el de

Passion Films, casa productora con sede en el Estado de México, dedicada a la realización audiovisual tanto para cine, televisión e Internet. En Nuevo León se localiza Filma Monterrey, casa productora que brinda servicios audiovisuales a empresas, marcas y particulares. En el mismo estado, se encuentra TR3SK Films, cuyos servicios creativos incluyen todo lo relativo a la logística, la preproducción, producción y postproducción.

Con respecto al diseño gráfico, un ejemplo consolidado es el de Gruposmart, agencia radicada en la Ciudad de México, y que se dedica al diseño publicitario, de empaque, editorial y de imagen corporativa. Otro caso es el de klok, cuyos servicios van desde el *lettering*, la ilustración y el *naming*, hasta la impresión y el diseño de aplicaciones para móviles. Los dos ejemplos a resaltar en Nuevo León son, primeramente, la agencia As Diseño, que se especializa en diseño de sitios y páginas web, en gestión de marcas e identidad corporativa y *branding*; el segundo es cincoonce, cuya oferta de servicios incluye la impresión y rotulación, la publicidad y el diseño gráfico, y diferentes cursos y talleres de capacitación.

Todos los ejemplos previamente expuestos son micro, pequeñas y medianas empresas culturales y creativas establecidas y con más de cinco años en operación. Para los objetivos de esta investigación, las iniciativas empresariales que forman parte de los casos de análisis seleccionados son todas microempresas culturales conformadas por equipos de menos de diez personas. Cabe reiterar que el objeto de esta investigación es el del trabajo en las organizaciones artísticas y en las industrias culturales y creativas, entendiendo este concepto, en su generalidad, como la realización de ciertas actividades, sean físicas o intelectuales, por las cuales el ejecutante percibe una remuneración, y cuya finalidad es la de generar bienes y/o servicios remunerados que satisfagan necesidades humanas, en este caso, las relativas al disfrute estético, a la contemplación reflexiva y al entretenimiento. Es necesario indicar que el trabajo se clasifica en el orientado a actividades mercantiles, esto es, por las cuales se recibe una paga, y el encauzado a actividades no mercantiles, por las cuales no se obtiene necesariamente un salario, como el trabajo comunitario (Gorz, 1991). Precisamente el análisis de las condiciones, aspectos y factores del trabajo cultural y creativo es el propósito de esta investigación, pues su estudio permitirá comprender la realidad a la que se inscriben los profesionistas dedicados a la creación de bienes culturales y a la prestación de servicios creativos. En el siguiente apartado, se abordarán algunas aproximaciones teóricas relativas al trabajo y a la figura del trabajador cultural y creativo.

1.3. El trabajo cultural y creativo

La noción cotidiana de trabajo lo definiría, en términos genéricos, como una actividad física o intelectual que recibe remuneración al producir resultados determinados. Por su parte, la sociología del trabajo se aleja sustancialmente de tales conceptualizaciones, dado que este concepto apunta a una gama de

aspectos esenciales de la vida humana. Ya en sus investigaciones empíricas sobre el régimen laboral en las fábricas, Weber se planteaba la idea de que el sistema de la industria ejerce una profunda influencia en la personalidad y los modos de vida de sus trabajadores, y, de manera recíproca, las características intelectuales, culturales, morales, étnicas, etc., de éstos influyen en el desarrollo de su lugar de trabajo (Weber, 1994). En la sociedad postindustrial, el trabajo no es solamente un medio de subsistencia humana o un modo de organizar y dividir la producción (Gorz, 1991), sino también una actividad en la esfera pública, demandada, definida, reconocida como útil por otros y, como tal, remunerada por ellos. Por el trabajo remunerado (y más particularmente por el trabajo asalariado) es por lo que pertenecemos a la esfera pública, conseguimos una existencia y una identidad sociales (es decir una «profesión»), estamos insertos en una red de relaciones e intercambios en la que nos medimos con los otros y se nos confieren derechos sobre ellos a cambio de nuestros deberes hacia los mismos (26).

El trabajo, según esta óptica constituye un instrumento de validación social, además de contribuir a la construcción del sujeto en tanto productivo; en suma, la actividad laboral se plantea como una vía de legitimación del individuo, una suerte de procedimiento por el cual toda persona ingresa y se integra a la sociedad. Pero, además de su intrínseco valor social, el trabajo también supone una ideología y, por lo tanto, una serie de prácticas, actitudes y disposiciones que determinan tanto al trabajador, así como a la institución, entidad u organización a la que se adscribe (Weber, 1994). Los críticos y detractores del capitalismo industrial señalan que, bajo los paradigmas de este sistema, el trabajo implica tanto la enajenación de la fuerza productiva y la subordinación de las motivaciones del trabajador a metas mercantiles (Harvey, 2014), además de que las condiciones laborales en la sociedad capitalista expresan la desigualdad y la división de clases sociales (Margulis, 2009: 58-59).

El trabajo cultural, por su parte, ha sido considerado desde una óptica opuesta, representándolo como una forma de actividad basada principalmente en las capacidades intelectuales y en la creatividad de los trabajadores, además, la flexibilidad laboral y la satisfacción personal son los rasgos usualmente atribuidos al modo de administración "suave" (Hartley et al., 2013) de las organizaciones artísticas y de las industrias culturales y creativas, en contraste con los rígidos mecanismos administrativos de los demás sectores productivos. Pese a tal caracterización, el trabajo cultural afronta diversas dificultades de conceptualización y definición (Hesmondhalgh & Baker, 2011). Con el propósito de establecer una noción aproximada, en este apartado se señalan las relaciones entre creación cultural y trabajo cultural, se diferencia además entre tipos de trabajadores culturales y, finalmente, se aborda el tema de las elecciones productivas de éstos.

De acuerdo a Hesmondhalgh y Baker (2011), la creación cultural ha sido abordada desde tres enfoques diferentes: la primera aproximación, correspondiente a la economía política, se enfoca en los intercambios entre las dimensiones simbólicas

y económicas de la praxis humana; la segunda perspectiva proviene de los estudios organizacionales, de negocios y administrativos (OBM, por sus siglas en inglés: Organisational, Business and Management studies). El tercer enfoque relativo al análisis de la creación cultural es el de los estudios culturales y la sociología cultural, del arte y de la literatura, que se centra en las prácticas intelectuales y las relaciones de los productores culturales entre sí y con los demás estratos sociales (54). En esta última óptica se incluyen las investigaciones en torno al campo de producción cultural de Bourdieu (2002), así como el estudio sobre la profesionalización de las prácticas artísticas realizado por Becker (2008), y, más recientemente, la investigación sobre los fundamentos sociales de los dominios artísticos de Maanen (2009).

Si bien el enfoque del OBM tiende a concebir a la creación cultural en términos instrumentales, es útil, como aseguran Hesmondhalgh y Baker (2011), para abordar aspectos que quizá no sean considerados por otras disciplinas, tales como la estética y la teoría del arte. Del balance de las tres perspectivas antes comentadas (59), el trabajo cultural puede definirse como la creación intelectual contextualizada como una forma de actividad tanto cultural como económica, que requiere, por lo tanto, ser organizada y gestionada de acuerdo a propósitos y metas específicas. Precisamente la importancia de las industrias culturales y creativas radica en que constituyen los modelos más adecuados para comprender las formas diversas de administración y regulación del trabajo cultural (Davies & Sigthorsson, 2013), además de ser espacios óptimos para la exploración empírica de las actividades e interacciones de los trabajadores culturales.

A propósito de éstos, es necesario indicar que, además de los artistas, existen otros trabajadores culturales (Towse, 2013) tales como escritores, dramaturgos, guionistas, diseñadores, artesanos, realizadores cinematográficos o de contenidos audiovisuales, entre otros más cuyas actividades dan por resultado un producto sujeto al derecho de autor o a la propiedad intelectual, confiriéndoles a estos profesionales el estatus de creadores. Están también quienes se dedican a la ejecución de las obras elaboradas por los productores culturales; músicos, actores, artistas de doblaje, presentadores, son todos también trabajadores culturales, pues participan de la producción cultural. También en el contexto de las industrias culturales y creativas y de las organizaciones artísticas, háyanse los intermediarios, aquellos agentes tales como administradores, gestores y promotores, los cuales pueden tener una profunda implicación en la fase de la distribución cultural, aunque no sean profesionistas relacionados directamente con la cultura y las artes. Finalmente, están aquellos trabajadores que no tienen una relación con las industrias culturales o creativas (295), tales como técnicos, conserjes, asistentes, contadores, etc.

Las industrias culturales y creativas son usualmente caracterizadas como entornos laborales que privilegian el cambio, la diversidad, el aprendizaje y la adaptación (Howkins, 2013), atributos que las convierten en espacios ideales para el desarrollo de cualquier actor cultural; no obstante, el reverso de este panorama es

el de las maquiladoras culturales (Yúdice, 2002), modelo que asumen las industrias culturales y creativas cuando la primacía del conocimiento y la búsqueda permanente de innovación derivan en explotación intelectual, y la adaptación y la flexibilidad implican casualización laboral (Davies & Sigthorsson, 2013; McRobbie, 2016). Tales situaciones conllevan a que las investigaciones sobre el trabajo cultural se orienten al análisis de las condiciones y características principales de los entornos en que se desarrolla; no obstante, dichos estudios también engloban las actividades de los actores directamente involucrados en la fase de la producción cultural, así como las de los agentes relacionados con la etapa de la distribución cultural (Maanen, 2009).

A este respecto, Throsby (2008) plantea una aproximación analítica al trabajo cultural desde el punto de vista de las prácticas del mismo trabajador. El productor cultural, llámese artista, escritor, compositor, etc., puede elegir entre enfocar su actividad en la realización de su obra o en satisfacer alguna tendencia comercial (145); en el primer caso, el productor crea por una motivación intrínseca, mientras que en el segundo, lo hace por demanda. Dadas las inclinaciones personales de los profesionistas culturales, usualmente alternan entre estas dos elecciones, empleando gran parte de su tiempo y su talento a la creación de bienes culturales y/o comerciales, así como a la prestación de servicios de manera fija o eventual, con empleos de medio tiempo o por contratos temporales. Esta práctica, que recibe el nombre de pluriempleo, es recurrente en el ámbito cultural, principalmente porque el productor cultural requiere de otras fuentes de trabajo para su subsistencia (Throsby, 2008).

2. Metodología

El propósito de esta investigación es, como se ha señalado antes, examinar qué factores, aspectos y condiciones caracterizan al trabajo cultural en Nuevo León, México. El enfoque metodológico más apropiado para cumplir con dicho objetivo es el cualitativo, dado que la comprensión del fenómeno estudiado requiere del análisis de las perspectivas, juicios y opiniones de los actores involucrados (Valles, 1999). La finalidad de este estudio es brindar un panorama del contexto laboral en el sector cultural del estado. Es necesario señalar que la presente investigación se basa en el estudio realizado por Hesmondhalg y Baker (2011) en torno a la calidad, ambiente y condiciones de trabajo en las industrias editorial, de la televisión y de la música en el Reino Unido. Las diferencias con respecto a este antecedente, que funge también como modelo de investigación, son, primeramente, que las industrias o sub-sectores culturales a los que se orienta este estudio comprenden a las artes visuales, a la producción audiovisual y al diseño gráfico, y segundo, que esta investigación se plantea como un estudio local, y la selección de casos incluye tanto trabajadores culturales independientes, así como pertenecientes a empresas privadas e instituciones públicas.

En lo que respecta al diseño de la investigación, en la fase de las decisiones muestrales, los casos individuales fueron seleccionados según los criterios de heterogeneidad y de accesibilidad (Valles, 1999: 91). El primer criterio parte de la consideración de tres segmentos: el primero, el de los trabajadores culturales autónomos; el segundo, el de los emprendedores culturales que han fundado micro empresas privadas culturales o creativas; y el tercero, el de los empleados que trabajan en instituciones públicas culturales. El segundo criterio atiende a la facilidad con la que se pueda abordar a los participantes seleccionados, razón por la cual el estudio se centra en los municipios de Monterrey, San Nicolás de los Garza, San Pedro Garza García y Guadalupe, siendo éstas las localidades con mayor actividad económica y cultural en Nuevo León y en las que habitualmente se concentran tanto empresas privadas como instituciones u órganos gubernamentales.

Un tercer criterio, útil para garantizar la diversidad de la muestra, así como para diferenciar entre los tipos de trabajadores culturales (Towse, 2013), fue el de basar la selección de participantes utilizando y ajustando el modelo de la NESTA (Flew, 2012) a las necesidades de este estudio. Así pues, se distingue entre: a) productores originales, en este caso, artistas visuales, realizadores de ficciones audiovisuales e ilustradores o caricaturistas; b) proveedores de experiencias, comprendiendo a galeristas, promotores y organizadores de eventos tales como exposiciones artísticas y muestras cinematográficas; c) productores de contenido, que incluye a productores, diseñadores o artistas cuyo trabajo da por resultado productos que son propiedad de los empleadores; y d) proveedores de servicios, agrupando a los profesionales cuyo trabajo se orienta a satisfacer necesidades de terceros, tales como publicistas, diseñadores, editores y restauradores. Aquí se incluyen también a los profesores encargados de capacitar a futuros trabajadores culturales. Cabe agregar que la mayoría de los participantes seleccionados tienen más de un empleo, desempeñándose así simultáneamente ya sea como productores o proveedores.

Para la fase de elección de estrategias de recopilación y obtención de datos, se empleó primeramente la observación participante directa, para así perfilar el entorno laboral de los participantes de la investigación mediante una mayor implicación en sus contextos cotidianos y en sus prácticas habituales (Corbetta, 2007: 305). El segundo instrumento de recolección de información utilizado fue la entrevista semiestructurada, cuyo objetivo es el de incentivar a los entrevistados a expresarse a detalle (Collins, 2015). El diseño de la entrevista se realizó utilizando cinco preguntas de estructura abierta, orientadas a que los participantes manifestaran de manera libre y espontánea sus experiencias, opiniones y valoraciones respecto a las condiciones laborales del sector cultural, los factores que intervienen en sus actividades profesionales, y sus expectativas de desarrollo. Durante la aplicación de las entrevistas, se requirió que el entrevistador complementara cada pregunta con comentarios adicionales para así motivar al participante a que brindara respuestas más amplias y claras.

La última fase, correspondiente al análisis de la información recabada, se realizó mediante el proceso de codificación axial, consistente en la identificación de categorías o códigos interrelacionados (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2012) y cuya interpretación conduce a una posible explicación de las causas que propician una situación en particular o a una descripción objetiva de las propiedades, relaciones y facetas que constituyen al fenómeno analizado. Los resultados obtenidos se clasificaron en tres temas generales que comprenden los regímenes laborales en los que se inscriben los trabajadores culturales, las apreciaciones propias y ajenas respecto a su trabajo, el grado de satisfacción personal, profesional y económica, y las perspectivas de progreso que advierten en el ámbito cultural neoleonés.

3. Resultados

Este estudio estuvo enfocado, como ya se ha mencionado, en el análisis de las percepciones, experiencias y expectativas de los trabajadores culturales respecto a su situación y condiciones laborales en el estado de Nuevo León, en México. Los individuos seleccionados como participantes fueron clasificados de acuerdo al modelo de la NESTA, esto es, según sus actividades permitan identificarlos como productores de bienes culturales o contenidos creativos, o bien como proveedores de experiencias culturales o servicios creativos (Flew, 2012). De un total de cuarenta y dos casos seleccionados, nueve se desempeñan exclusivamente como artistas visuales o gráficos, o como realizadores de obras audiovisuales, once se dedican tanto a la docencia, así como a la creación, otros trece laboran también como profesores a nivel profesional pero brindan sus servicios a terceros en agencias de diseño, estudios de producción o museos; otros cinco de los participantes dirigen sus propios espacios culturales, empleando su tiempo principalmente en la organización, la gestión y la promoción de éstos, mientras que los últimos cuatro, además de llevar a cabo estas mismas actividades, también se dedican a la creación y, de manera esporádica, a la impartición de talleres y cursos al público en general.

Tal clasificación se complementa con la segmentación de los trabajadores culturales según sean autónomos, o estén afiliados ya sea a una micro o pequeña empresa privada o a una institución de carácter público. El sub-sector de actividad también fue contemplado para organizar los casos seleccionados. Así, de los cuarenta y dos participantes, los nueve cuyas actividades se centran en la creación son también trabajadores autónomos, y de éstos, cuatro se dedican a las artes visuales, cuatro a la producción de cortometrajes de ficción y uno a la ilustración y al cómic. Veintidós entrevistados laboran en microempresas, sean propias o de terceros, de entre los cuales, seis son diseñadores gráficos, siete son productores audiovisuales, y nueve son artistas visuales; los restantes once tienen una relación laboral con instituciones públicas, de los cuales cuatro son artistas visuales, cinco son productores audiovisuales y dos son diseñadores. La tabla 2 presenta la distribución de los participantes de la investigación según su sub-sector cultural, su segmento laboral y el tipo de actividad que desempeña.

Los trabajadores culturales que participaron en este estudio realizan más de una actividad, fungiendo simultáneamente tanto como productores originales, de contenido para terceros, o como proveedores tanto de experiencias como de servicios. La práctica de los profesionales culturales de tener dos o más empleos es frecuente en México, y es conocida comúnmente como “multichambismo”, término que combina al prefijo latino *multi* con el coloquialismo hispanoamericano “chamba” (trabajo, labor, quehacer) y que alude al fenómeno conocido como pluriempleo (Throsby, 2008), asunto que se incluye en los resultados. A propósito de ello, y como se ha mencionado anteriormente, los resultados de esta investigación se clasifican en los siguientes temas: a) regímenes laborales, que comprende los tipos de empleo de los trabajadores culturales y su nivel de implicación respecto a las actividades desempeñadas; b) representación del trabajo cultural, tema que se refiere a las percepciones ajenas y propias respecto a la labor de los trabajadores culturales, y c) perspectivas de desarrollo, esto es, el grado de satisfacción actual y las expectativas que los participantes expresan respecto a sus respectivos sub-sectores de actividad profesional.

	Tipo de actividad	Productores de bienes culturales	Proveedores de experiencias culturales	Productores de contenido creativo	Proveedores de servicios creativos	
S e g m e n t o L a b o r a l	9	Autónomos	Artistas visuales: 4	Artistas visuales: 0	Artistas visuales: 4	Artistas visuales: 4
		Productores audiovisuales: 4	Productores audiovisuales: 0	Productores audiovisuales: 4	Productores audiovisuales: 4	
		Diseñadores gráficos: 1	Diseñadores gráficos: 0	Diseñadores gráficos: 1	Diseñadores gráficos: 1	
	22	Micro/pequeña empresa privada	Artistas visuales: 4	Artistas visuales: 5	Artistas visuales: 0	Artistas visuales: 9
		Productores audiovisuales: 3	Productores audiovisuales: 3	Productores audiovisuales: 7	Productores audiovisuales: 7	
		Diseñadores gráficos: 2	Diseñadores gráficos: 0	Diseñadores gráficos: 7	Diseñadores gráficos: 7	
	11	Instituciones públicas	Artistas visuales: 4	Artistas visuales: 4	Artistas visuales: 4	Artistas visuales: 4
		Productores audiovisuales: 3	Productores audiovisuales: 5	Productores audiovisuales: 5	Productores audiovisuales: 5	
		Diseñadores gráficos: 0	Diseñadores gráficos: 0	Diseñadores gráficos: 2	Diseñadores gráficos: 2	

Tabla 2. Clasificación de trabajadores culturales

(Fuente: elaboración propia, basada en el modelo de la NESTA)

3.1. Regímenes del trabajo cultural

En este rubro, el concepto de empleo se refiere a los tipos de relación que un trabajador establece para con el individuo o entidad empleadora; se puede ensayar una tipología general del empleo tomando como punto de partida el modo de contratación, que puede ser: formal, cuando el trabajador mantiene una relación duradera con su empleador, adquiriendo responsabilidades y obligaciones, pero también derechos y protecciones; informal, cuando entre empleado y empleador no existe un vínculo que le otorgue ciertos beneficios y seguridades al primero; autoempleo, cuando el trabajador rige sus actividades de acuerdo a sus propios objetivos, llegando a crear incluso su propia empresa. En este tipo se incluyen a los emprendedores y a los profesionales autónomos o *freelance*.

En los sub-sectores examinados en este estudio, el número de trabajadores culturales con un empleo formal es relativamente bajo, pues, de los cuarenta y dos participantes, solamente catorce (33.3%) cuentan con ciertas garantías laborales, y con una relación relativamente estable con la entidad contratante. En cuanto a empleo informal, sólo seis (14.2%) de los cuarenta y dos entrevistados recurren a esta modalidad de relación laboral, principalmente con encargos de piezas artísticas o producciones audiovisuales para terceros, sin que medie ningún tipo de contrato entre las partes involucradas. El resto, veintidós (52.3%) de los cuarenta y dos trabajadores culturales, son autoempleados, de los cuales diecinueve cuentan con sus propias microempresas culturales y creativas y los otros tres cuentan con algún patrocinador o mecenas.

En lo que respecta al segundo factor considerado en este tema, el del grado de implicación de los trabajadores culturales, esto se refiere al tiempo que pueden dedicar a sus proyectos personales. De los cuarenta y dos participantes, sólo nueve (21.4%) se dedican completamente a la creación de obras artísticas, ya sea pictóricas, fotográficas, escultóricas, gráficas o audiovisuales, así como a la creación de contenido o bienes y a proveer servicios a terceros, por lo que su grado de implicación en sus propias iniciativas es elevado. Los treinta y tres restantes (78.5%) tienen más de dos empleos, incluyendo a los que tienen sus propias microempresas, ya que la mayoría tienen trabajos de medio tiempo en la docencia o con otros agentes o instituciones culturales, así como con otras empresas de mayor tamaño que no necesariamente están relacionadas con el sector cultural.

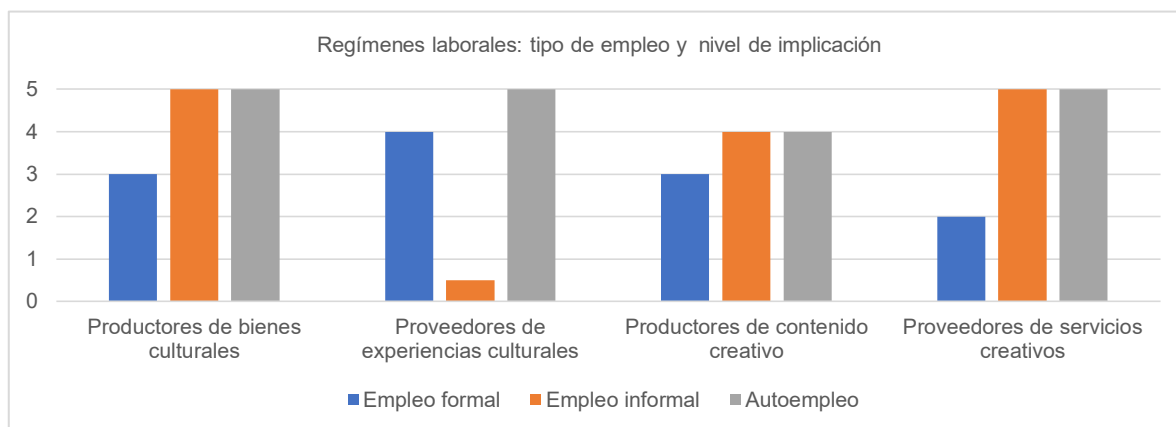


Gráfico 1. Regímenes laborales

(Fuente: elaboración propia)

Lo anterior significa que su nivel de implicación es menor, es decir, el tiempo residual que pueden dedicar a sus proyectos culturales y creativos personales, incluidas sus iniciativas empresariales, es menor al que desearían. El gráfico 1 sintetiza los dos factores explorados en este tema: el nivel de implicación se pondera del uno, como implicación mínima, hasta el cinco, como implicación máxima o elevada. El valor de cero puede significar "no aplica" o nula implicación. Una situación a considerar es que los trabajadores culturales con un empleo formal suelen tener una menor implicación con respecto a sus proyectos, en contraste con los que recurren al autoempleo o que laboran de manera informal.

3.2. Representación del trabajo cultural

Este tema se refiere a las percepciones que tienen los trabajadores culturales sobre el sector cultural y las actividades relativas a éste, así como las apreciaciones que individuos ajenos al ámbito expresan, desde la perspectiva de los mismos actores culturales; en otras palabras, este rubro aborda la representación, esto es, el sistema de conceptos, juicios y estimaciones (Hall, 2010) que los trabajadores se forman de sí mismos de acuerdo a sus propias impresiones y a las compartidas por personas cercanas a ellos, tales como familiares y amigos que no necesariamente estén involucrados en algún sub-sector cultural. La naturaleza de dicha representación es esencialmente discursiva, es decir, es producto de las narrativas que emplean los actores sociales para referirse a su realidad y dotarla de sentido (457), o, si se prefiere, comprenderla. En el caso particular de los trabajadores culturales, dichas narrativas, que integran tanto las propias como las ajenas, ofrecen una caracterización general tanto de sí mismos como de sus actividades.

Los diecisiete artistas visuales que participaron en este estudio señalaron que una opinión generalizada de amigos y familiares es la de las escasas o nulas oportunidades laborales de quienes se dedican a este sub-sector cultural, así como los bajos salarios que recibirán en su vida profesional. Cabe señalar que el grueso de la población neoleonesa asume el estereotipo (Hall, 2010: 443) del bohemio como una de las formas más comunes para representar a los profesionales culturales en general, además de que el ingreso salarial es un aspecto importante para determinar el éxito de un profesionista en el estado. No obstante estas apreciaciones externas, los artistas visuales entrevistados aseguraron, que pese a la inseguridad e inestabilidad que caracterizan a su trabajo, consideran que la creación artística es de suma relevancia para la mejora social y para el desarrollo integral de los individuos y las comunidades.

Por su parte, los dieciséis productores audiovisuales participantes expresaron que, respecto a sus actividades, el juicio más habitual de sus familiares y amigos es que, pese a las dificultades laborales y salariales que perciben, hay también una mayor posibilidad de éxito económico si logran posicionarse en la industria televisiva, argumento con el que concuerdan los entrevistados, quienes aseguran que no se valora adecuadamente el trabajo que realizan, o el que pueden llegar a realizar en beneficio de la sociedad. En lo que respecta a los nueve diseñadores gráficos que participaron en esta investigación, la situación es inversa, dado que las percepciones ajenas son usualmente positivas, relacionando a este profesionista mayormente con el sector de servicios antes que con el cultural. No obstante, éstos aseguran que la oferta de diseñadores gráficos es mayor a la demanda laboral del estado, razón por la cual, consideran, su trabajo es menos valorado en comparación con años anteriores. En suma, todos los participantes consideran que sus profesiones no son reconocidas debidamente y que existe una tendencia a tipificar sus actividades como poco productivas y, por lo tanto, a subordinarlas a otros sectores económicos como actividades de apoyo o complementarias.

3.3. Perspectivas de desarrollo

Los dos aspectos comprendidos en este tema son el del grado de satisfacción actual de los trabajadores culturales y las expectativas que tienen respecto a su progreso personal, profesional y económico. De los cuarenta y dos participantes, veintinueve (69%) indicaron estar moderadamente satisfechos con sus respectivos empleos y con las actividades que han realizado hasta el momento; de los restantes trece (30.9%), ocho (19%) afirmaron estar muy satisfechos, mientras que los otros cinco (11.9%) manifestaron muy poca satisfacción. De entre las razones que expresaron, los participantes con un mayor grado de contento respecto a sus situaciones laborales señalaron que, pese a las dificultades de sus profesiones, tales como el tener que ser "multichambistas", o no recibir la remuneración o reconocimiento deseado, sus actividades profesionales les permiten cumplir con sus propósitos de desarrollo personal. Los entrevistados que mencionaron tener

un moderado nivel de satisfacción arguyeron que la escasez de trabajos formales permanentes es una preocupación constante, pero que se compensa con el hecho de que cuentan con más tiempo para dedicar a otros trabajos, así como a sus proyectos personales. Por último, los participantes con menor grado de satisfacción listaron múltiples factores de descontento, tales como la estereotipificación de los profesionales culturales, llámense artistas, escritores, diseñadores, etc., así como imposibilidad que tienen los productores culturales independientes de competir contra grandes compañías de entretenimiento masivo.

El aspecto de las expectativas de desarrollo de los trabajadores culturales tiene una relación directa con el grado de satisfacción manifestado, así como con el régimen laboral al que se adscriben. Del total de cuarenta y dos participantes, dieciocho (42.8%) consideran que es posible que logren cierta estabilidad laboral y, por consecuencia, una mayor seguridad financiera y una mejor calidad de vida. Cabe señalar que este porcentaje está integrado en su mayoría por los participantes que tienen una relación laboral formal, sea con dependencias gubernamentales o con la iniciativa privada, así como por una fracción menor de trabajadores culturales que tienen sus propias microempresas.

Otros veinte participantes (47.6%), entre los que se incluyen el resto de autoempleados y parte de los trabajadores culturales informales, manifestaron una mesurada expectativa de crecimiento laboral y personal, misma que depende de su posicionamiento en el mercado cultural local y de qué tan redituables sean sus actividades. Los últimos cuatro participantes (9.5%), los cuales laboran de manera informal, tienen pocas expectativas de desarrollo, dado que no tienen un ingreso regular, y sus actividades laborales tienden a ser esporádicas. El gráfico 2 ofrece un balance entre el grado de satisfacción manifestado por los participantes y sus expectativas de desarrollo en relación al régimen laboral al que están adscritos. Los valores se expresan de manera gradual, siendo el uno el mínimo y el cinco el más elevado.

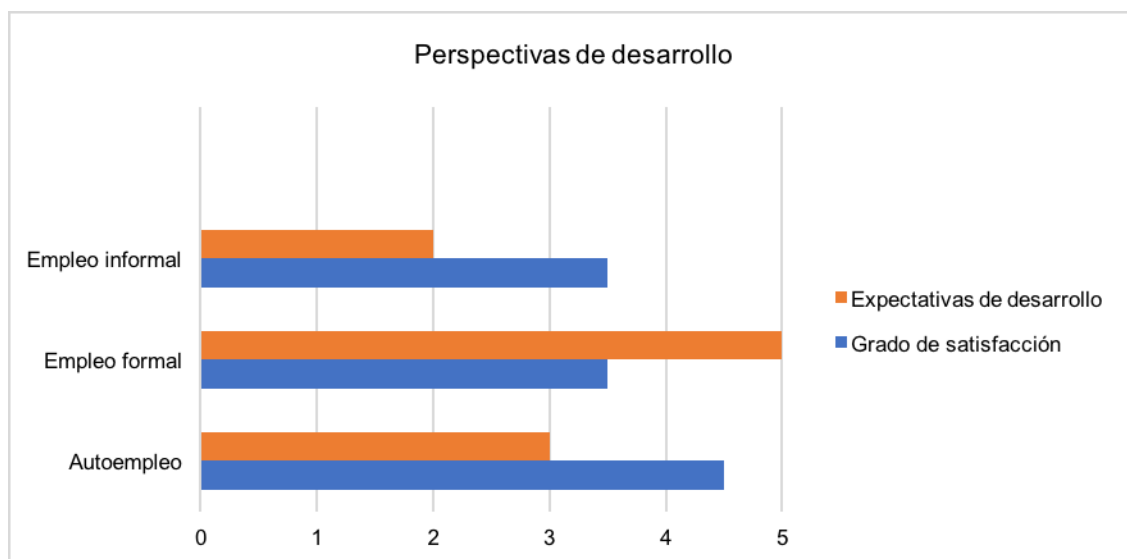


Gráfico 2. Perspectivas de desarrollo

(Fuente: elaboración propia)

4. Conclusiones

Los resultados obtenidos durante la última fase de esta investigación posibilitan una descripción, aunque parcial, de las condiciones y características del trabajo cultural en los sub-sectores de las artes visuales, de la producción audiovisual y del diseño gráfico en Nuevo León, México. Este examen ha provisto la información suficiente para identificar algunos factores clave para comprender las dinámicas laborales, en el ámbito cultural, que acontecen en el estado; el abordaje del trabajo cultural desde la perspectiva de los actores involucrados, los trabajadores culturales, proporciona una visión más auténtica del fenómeno analizado, revelando así circunstancias a las que se ven sujetos, así como las prácticas que conforman su sector de actividad. Cabe agregar que uno de los objetivos de esta investigación es el de que los resultados expuestos contribuyan a estudios ulteriores o, incluso, provean un panorama a considerar para investigaciones comparativas en torno a la temática del trabajo cultural.

Un aspecto a destacar, en lo que respecta a los regímenes laborales a los que se adscriben los trabajadores culturales en Nuevo León, es el de que la mayoría de éstos han optado por el autoempleo, sea como emprendedores que establecen microempresas con un riesgo de inversión mínimo, o bien como trabajadores autónomos, ya sea como *freelancers* o laborando por entregas o contratos eventuales sin que medien mayores compromisos que el del producto realizado o el servicio brindado, por parte del trabajador, y la remuneración o pago por parte del contratante. La cada vez mayor escasez de recursos públicos destinados al financiamiento de las artes y la cultura y la participación de la iniciativa privada a

través de créditos y patrocinios (Maanen, 2009), así como la distribución de las plazas de trabajo entre los mismos integrantes de las élites culturales, son algunos de los hechos que pudieran explicar los motivos por los cuales numerosos profesionistas culturales se inclinan por el autoempleo y el trabajo informal.

En cuanto a la representación del trabajador y del trabajo cultural, las narrativas se construyen en función del éxito económico que se asocia usualmente a una profesión. En el caso de Nuevo León, dado que su economía estuvo basada en la industria manufacturera todavía hasta finales de la década de los ochenta y mediados de la década de los noventa (Amores, 2007), las ingenierías se posicionaron como las carreras más lucrativas en el estado, dejando a aquellas relacionadas con la producción cultural en un plano secundario, o incluso terciario. Tal hecho continúa determinando la representación que se forman los profesionistas culturales: según esta investigación, los artistas visuales conforman el sub-sector más frágil en términos de apreciación tanto ajena como propia. El artista visual asume la precariedad como determinante de su trabajo (McRobbie, 2016). En el caso de los productores audiovisuales, la falta de estabilidad, de seguridad y de recursos puede llegar a ser eventual, siempre y cuando se integren a industrias culturales y creativas orientadas al entretenimiento, tales como la televisión o la publicidad. Por su parte, los diseñadores gráficos, pese a considerarse a sí mismos como creadores culturales, en tanto producen mensajes gráficos, son representados por los demás como prestadores de servicios y, por consecuencia, los relacionan mayormente con el sector terciario de la economía antes que con el de la producción cultural y creativa.

El grado de satisfacción y las expectativas de desarrollo de los trabajadores culturales son otros datos que requieren atención, pues evidencian que el campo de la producción cultural continúa siendo uno de los ámbitos más desatendidos, tanto en términos económicos, así como sociales y políticos. Para la mayoría de los participantes, el no contar con ciertas garantías laborales, tales como seguro médico, crédito para vivienda y fondo para retiro, constituye el mayor obstáculo para su desarrollo integral. El panorama más desalentador es el de quienes indicaron no tener la certeza siquiera de poder subsistir en un futuro, dado que la mayoría de las vacantes en los sub-sectores culturales abordados en este estudio son eventuales, además de no existir una gran demanda en el estado por este tipo de profesiones; incluso los emprendedores culturales señalaron que requieren diversificar sus actividades para poder obtener los ingresos necesarios para la manutención de sus iniciativas y para su subsistencia personal.

Con base en los resultados de esta investigación, es posible aventurar un diagnóstico respecto al estado del trabajo cultural en el estado mexicano de Nuevo León. Primeramente, el "multichambismo" o pluriempleo, lejos de ser una solución al problema de las bajas remuneraciones económicas de los trabajadores culturales, supone que éstos dediquen menos tiempo, esfuerzo y talento a la producción de bienes culturales y se enfoquen en subsistir, situación que conlleva a una oferta cultural menos diversificada. Segundo, el autoempleo, si bien es una

alternativa plausible, es frecuentemente utilizado como un paliativo ante la escasez de trabajo; el Estado ya no asume la responsabilidad de generar empleos y deja esta carga en manos de los ciudadanos, situación frecuente en el sector cultural (Rowan, 2010). No obstante, ya existen medidas para mitigar estos problemas, siendo una de ellas la aprobación de la ley del estímulo fiscal a la creación artística, o ley de mecenazgo³, iniciativa resultado de la cooperación entre productores culturales, organismos gubernamentales y empresas privadas. Pese a constituir un óptimo punto de partida, se debe integrar a los ciudadanos neoleoneseños, en tanto públicos y consumidores, en toda acción futura relativa al desarrollo cultural.

³ Para mayor información, pueden consultarse las siguientes páginas electrónicas: http://www.hcnl.gob.mx/sala_de_prensa/2014/05/aprueba_congreso_ley_de_mecenazgo.php y <http://conarte.org.mx/convocatorias/estimulo-fiscal-a-la-creacion-artistica-efca/>.

Referencias bibliográficas

- ABELLEYRA, A. (2010). Mapeo y rutas de las empresas culturales, en CRUZ VÁZQUEZ, E. (Coord.). *Economía cultural para emprendedores. Perspectivas*. México: UAM/UANL, pp. 145-180.
- ADORNO, Th. & HORKHEIMER, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Fragmentos filosóficos. Madrid: Trotta.
- Amores, J. E. (2007). Monterrey: una cultura propia, en ORTEGA RIDAURA, I. (Coord.). *Nuevo León en el siglo XX. Del Segundo auge industrial a la crisis de 1982*, Monterrey: Fondo Editorial de Nuevo León, pp. 73-107.
- ÁLVAREZ-GAYOU JURGENSON, J. L. (2012). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós.
- BECKER, H. S. (2008). *Los mundos del arte: sociología del trabajo artístico*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- BENJAMIN, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.
- BOURDIEU, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Tucumán: Montessor.
- COLBERT, F. & CUADRADO, M. (2015). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.
- COLLINS, H. (2015). *Creative Research. The Theory and Practice of Research for the Creative Industries*. New York: Bloomsbury Publishing.
- CORBETTA, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- DAVIES, R. & Sigthorsson, G. (2013). *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. California: Sage Publications.
- EINARSSON, Á. (2016). *Cultural Economics*. Iceland: Bifröst University.
- FLEW, T. (2012). *The Creative Industries. Culture and Policy*. California: Sage Publications.
- FLORIDA, R. (2012). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- GORZ, A. (1991). *Metamorfosis del trabajo. Búsqueda del sentido. Crítica de la razón económica*. Madrid: Sistema.
- HALL, S. (2010). *Sin garantías: trayectorias y problemáticas culturales*. Bogotá: Envión editores.
- HARTLEY, J., et al (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. California: Sage Publications.
- HESMONDHALGH, D. (2013). *The Cultural Industries*. California: Sage Publications.

- HESMONDHALGH, D. & BAKER, S. (2011). *Creative Labour. Media work in three cultural industries*. New York: Routledge.
- LEWIS, J. (1990). *Art, Culture and Enterprise. The Politics of Art and the Cultural Industries*. New York: Routledge.
- MAANEN, H. (2009). *How to Study Art Worlds. On the Societal Functioning of Aesthetic Values*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- MARGULIS, M. (2009). *Sociología de la cultura: conceptos y problemas*. Buenos Aires: Biblos.
- MARX, K. (2008). *El capital. Crítica de la economía política. El proceso de producción de capital*. Libro primero. México: Siglo XXI.
- MCROBBIE, A. (2016). *Be Creative. Making a Living in the New Culture Industries*. Cambridge: Polity Press.
- O'BRIEN, D. (2014). *Cultural Policy. Management, Value and Modernity in the Creative Industries*. New York: Routledge.
- O'CONNOR, J. (2010). *The Cultural and Creative Industries: a Literature Review*. London: Creativity, Culture and Education.
- OAKLEY, K. (2009). 'Art Works'-Cultural Labor Markets: A Literature Review. London: Creativity, Culture and Education.
- PIEDRAS, E. (2004). *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. México: CONACULTA.
- PNUD (2014). *Informe sobre la economía creativa*. México: UNESCO. Recuperado de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>.
- ROWAN, J. (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- RUBIO ELOSÚA, E. (2000). De promotores, instituciones y políticas culturales, en MOYSSÉN, X. (Ed.). *Artes Plásticas de Nuevo León. 100 años de historia, siglo XX*, Monterrey: Museo de Monterrey, pp. 155-196.
- SMITH, A. (2015). *La riqueza de las naciones*. (Edición electrónica). Recuperado de <http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/04/Smith-Adam-La-Riqueza-de-las-Naciones.pdf>.
- TOWSE, R. (2013). *A Textbook of Cultural Economics*. New York: Cambridge.
- THROSBY, D. (2008). *Economía y cultura*. México: CONACULTA.
- UNESCO (2002). *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas*. UNESCO/CERLALC.
- VALLES, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica social*. Madrid: Síntesis.
- WEBER, M. (1994). *Sociología del trabajo industrial*. Madrid: Trotta.

- Jesús Oliva

YÚDICE, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

ZALLO, R. (1992). *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Navarra: Hirugarren Prentsa.