

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Estudios Socioculturales

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Programa de Construcción de Opinión Pública e Incidencia en los Medios

Mirar la ciudad con otros ojos. Memorias e identidades



Fuera de los reflectores
La industria de los conciertos de las bandas independientes en el AMG en
tiempos de covid-19

PRESENTAN

Daniela Rivero–Borrell Martín, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Sergio Alberto “Monki” Rueda Zepeda, Licenciatura en Gestión Cultural

Profesor PAP: Rogelio Villarreal Macías

Tlaquepaque, Jalisco, Verano de 2020

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	3
1. Introducción	4
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	5
1.3 Antecedentes	8
1.4. Contexto	11
2. Desarrollo	12
2.1 La indefinición de la industria de la música y los conciertos y su economía	12
2.2 La industria de los conciertos	31
2.3 La profesionalización técnicos, ingenieros, stagehands, managers y riggers	46
2.4 El paro de los espectáculos por el covid-19	52
2.5 Descripción y descubrimientos del Censo.	61
3. Encuesta	65
3.1. Descripción	66
3.2. Resultados de la encuesta	71
Información general	72
Estudios y preparación profesional	77
Situación Económica	80
Situación económica durante la pandemia	89
Situación laboral	93
Trabajadores vs. prestadores de servicios	98
Gastos	104
Contribuyentes	107
Impacto de la contingencia sanitaria	110
5. Conclusiones	122
6. Puertas abiertas	142
7. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	144
8. Bibliografía	158

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Pa' empezar fuimos los primeros que nos dieron cortón. ¿Por qué? Porque todos nuestros eventos son masivos. [...] Los últimos que vamos a regresar somos nosotros. Porque no somos prioridad. Y nadie, nadie de la industria [...] está preparado porque no hay un seguro, no tienes a alguien que te haga fuerte atrás de ti, muchas empresas en vez de ayudar, despidieron a sus trabajadores. Entonces, no hay nada. Nadie estaba preparado para esto. Espero nos deje una escuela y todo mundo se prepare. Pero para esto no estábamos preparados, nadie.

—Armando “Rostro” Jiménez Hernández, *production, stage manager y guitar tech* (comunicación personal, 2020).

En esta investigación se hace un análisis de la importancia que la industria de los conciertos representa para la economía local en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG). Se estudian en particular los artistas y las bandas de rock, pop, metal, reggae, ska y derivados que componen música original y que cuentan con una trayectoria de, al menos, tres años. Se toman estos proyectos musicales

como una organización integrada por una variedad de actores que trabajan en torno de estos artistas y bandas para hacer posible su desempeño en el escenario.

Se muestra, asimismo, la realidad laboral, legal, social y económica que se vive en esta industria y se realiza un contraste de esta realidad durante la contingencia sanitaria provocada por el virus SARS–CoV2 desde marzo de 2020 con respecto al año inmediato anterior y se indaga sobre la manera en la que los integrantes de este sector se han (re)inventado para enfrentar el paro de actividades y si se han (re)organizado —y la manera en que lo han hecho— como una comunidad red con una visión de economía solidaria. Todo esto a través de entrevistas a personal de foros locales, expertos en derechos laborales, artistas y profesionales de la industria musical. También, por medio de una encuesta respondida por 63 miembros de los equipos de trabajo, que fue enviado a un universo de 45 proyectos musicales independientes locales.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Esta investigación tiene como finalidad recabar información que permita la comprensión de la ecología de lo que llamamos industria de los conciertos en el Área Metropolitana de Guadalajara en lo que se refiere a las bandas o artistas de música alternativa independiente; conocer cuántos y cuáles proyectos integran este sector, cuántas personas se dedican a trabajar en los conciertos de estas bandas, y las condiciones laborales en las que desempeñan así como la economía que genera o aporta esta actividad. Además, conocer el rumbo que ha tomado la industria musical independiente —con composiciones propias— del AMG a raíz de la emergencia sanitaria causada por el virus SARS–CoV2 que provocó la suspensión, temporal o permanente, de conciertos desde el 13 de marzo de 2020, en el marco del consecuente paro de actividades laborales no esenciales para enfrentar la crisis decretado el 30 de marzo de 2020 por la Segob.

Por medio del análisis de la información en distintos medios, de redes sociodigitales, cuestionarios realizados a modo de encuesta entre los miembros de la comunidad que conforma la industria de los conciertos en el Área Metropolitana de Guadalajara y entrevistas personales se trazará un mapa general de las afectaciones y cambios que han sufrido las bandas y artistas independientes —en los planos económico, social y político—, con énfasis en los trabajadores que colaboran en la producción y realización de las presentaciones y los conciertos en vivo.

También deseamos estudiar la manera en que este sector se (re)inventa en medio de esta suspensión de actividades y de reestructuración laboral. Finalmente, pretendemos identificar si este segmento de la industria musical se ha (re)configurado como una red o comunidad a raíz de esta contingencia para trabajar o generar mejores condiciones de vida como sector.

1.2. Justificación

Diversos son los estudios y análisis que se han hecho sobre la industria de la música. Uno de ellos es el de Ernesto Piedras en *¿Cuánto vale la cultura?*, en el que hace un análisis de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor, entre ellas la música. El autor desglosa la cadena de valor de esta industria y plantea que el último de los cuatro niveles de la cadena de valor es el que denomina Comunicación Pública, “que cubre la interpretación de las obras en lugares donde el público puede estar presente o donde un número sustancial de personas, más allá del círculo cercano de la familia y amigos, pueden estar presentes” (Piedras, 2004, p. 88). Sin embargo, este tipo de estudios se centra sobre todo en el valor de la música respecto de las regalías que se pueden generar a partir de ésta, y no en toda la cadena de valor que existe para que los conciertos y las presentaciones en vivo se lleven a cabo, en la cual intervienen personas pertenecientes a diversos sectores y no únicamente a aquellos vinculados a las industrias protegidas por el derecho de autor.

En los últimos años —sobre todo a partir del desarrollo de la tecnología que impulsó la digitalización de la música, permitiendo así su distribución legal o ilegal

a través del Internet—, el ingreso por este concepto, tanto para el artista como para las compañías discográficas, se vio drásticamente reducido. Al respecto de esto, Andrés Villa Aldaco (comunicación personal, 2020), artista audiovisual y docente del ITESO, señala que el surgimiento de Napster, software que desarrollaron Sean Parker y Shawn Fanning a finales del siglo pasado, fue un parteaguas para la industria discográfica. Se trata de la primera gran red de distribución “pirata” de música; los usuarios podían entrar y descargar los materiales libremente. Internet y las plataformas digitales provocaron que, al día de hoy, la mayor fuente de ingreso para los artistas se desplazara a las presentaciones en vivo.

Las palabras de Enrique “Quique” Rangel Arroyo, músico de *Café Tacvba*, en el libro *Café Tacvba, bailando por nuestra cuenta*, de Enrique Blanc (2016), hacen eco de esta transición: “Ahora ya ni siquiera necesitas hacer discos. Cuando pienso en la crisis de las compañías, pienso en el dinero que manejaban antes, en el poder que tenían y sus posibilidades”.

Cerca de los artistas y las bandas hay un equipo que desempeña diferentes funciones para que el espectáculo en vivo pueda llevarse a cabo. El trabajo que realizan estas personas empieza muchas horas antes de la hora de apertura del recinto, e incluso semanas antes, cuando se trata de eventos en locaciones temporales, como es el caso de la mayoría de los festivales. Una gran parte de estas labores implica actividades de alto riesgo, como el manejo de corriente eléctrica, el trabajo en las alturas, operación de maquinaria pesada y el manejo de los equipos utilizados para el evento. En varias ocasiones los diferentes equipos comienzan a trabajar, a veces en coordinación con el personal de compañías de renta, en el montaje de equipos de energía, soporte y carga, audio, iluminación, video e instrumentos.

La mayoría de estas personas se desempeña de manera independiente, como prestadores de servicios, lo que significa que no cuentan con un sueldo de planta ni poseen prestaciones como seguro social, crédito para la vivienda o fondo de ahorro para el retiro. Por la naturaleza de su trabajo, que implica constantes viajes y disponibilidad de horario, es difícil encontrar otros empleos adicionales

que les permitan una flexibilidad para cumplir con las actividades de manera alternada; aquellos que alternan o completan su ingreso con otros empleos lo hacen en actividades con flexibilidad de horario o bien relacionadas con la misma industria del entretenimiento.

Ante la contingencia sanitaria provocada por la pandemia del covid-19 la gran mayoría de estos trabajadores se quedaron sin empleo y, a diferencia de los artistas y bandas —que en algunas ocasiones reciben ingresos por regalías o publicidad— se han quedado desprotegidos, ya que dependen de las presentaciones en vivo para generar sus ingresos.

Así como en los conciertos, en los que trabajan fuera de la vista del público, estas personas se mantienen al margen de la opinión pública, pues poco se habla de este sector en los medios o en la academia. La cobertura que la prensa hace sobre ellos es siempre eclipsada por otras temáticas, lo mismo en investigaciones académicas, ya sean sobre economía, cultura, sobre las industrias culturales o creativas, o bien sobre la propia industria de la música.

Si bien existen datos sobre las industrias de la música, del espectáculo, del entretenimiento, culturales y creativas, muy escasos son los espacios en los que se profundiza sobre quienes trabajan fuera de los reflectores. ¿Quiénes son? ¿Qué parte de la economía se mueve gracias a ellos? ¿Qué funciones desempeñan y en qué condiciones lo hacen? ¿Cómo se autodefinen y qué es lo que tienen que decir sobre la industria de la música?

Consideramos pertinente, pues, realizar una investigación sobre estos trabajadores de la música. Creemos que es importante conocer con detalle a este gremio, sus condiciones laborales, los riesgos que corren y las carencias que sufren, la relevancia de su trabajo y la manera en que se han consolidado como el gran sector que son hoy en día. Queremos saber cuántas familias viven gracias a esta actividad en el AMG, así como el aporte a la economía que tiene el sector, si han surgido entre ellos nuevas formas de trabajar a raíz del paro de actividades por covid-19 y si acaso existe un reconocimiento hacia ellos por parte de la sociedad, de las autoridades o del propio gobierno.

1.3 Antecedentes

El rock llegó a Guadalajara a finales de los años cincuenta. Muchos grupos locales se consolidaron durante esos primeros años, y lo siguen haciendo hasta nuestros días. La Ciudad de las Rosas es conocida por ser un semillero de artistas, razón por la cual obtuvo el mote de “La Capital del Rock” a finales de la década de los años sesenta. Proyectos como los Blue Boys, Spiders, 39.4 o La Revolución de Emiliano Zapata crearon los cimientos de lo que hoy es la escena de la música alternativa¹ local. Desde ese entonces, varios proyectos se han mantenido, han desaparecido o tienen una actividad intermitente. Algunos se han quedado en la ciudad, mientras que otros han migrado.

En los años sesenta los conciertos de las bandas de rock se realizaban en casinos en los que se organizaban bailes, así como en fiestas residenciales. En las “tocadas”, como se les llamaba entonces, las bandas llevaban su propio equipo e instrumentos, que en muchas ocasiones no comprendían más que la batería los amplificadores para las guitarras y el bajo, algunos micrófonos, un par de columnas de bocinas con su mezcladora y probablemente algunas luces. La sonorización la hacían las mismas bandas y se apoyaban de los amigos para cargar e instalar el equipo en los recintos que transportaban en camionetas que rentaban para ese fin.

Los proyectos fueron creciendo. Empezaron a tocar fuera de Guadalajara con más frecuencia y para audiencias cada vez más grandes. Esto trajo una necesidad gradual de adquirir más equipo y contratar a más y más personas para cargar, instalar y operar los conciertos. Tarimas para las bocinas y torres para la iluminación se cargaban ahora en camionetas de tres toneladas, junto con los instrumentos.

Tanto los músicos como los técnicos se encargaban de instalar el equipo, hacer las pruebas, correr los shows. Los equipos de trabajo estaban conformados

¹ Entendemos “música alternativa” como todos aquellos géneros que se apegan a la cultura *underground*, género antipopular que pretende alejarse de los modelos oficiales que rigen la música comercial, masiva o industrial. Muchos de estos géneros se derivan del rock alternativo, nacido en la década de los ochenta.

por el ingeniero u operador de audio, alguien que fungía como el jefe de la logística y operación y un par de choferes que ayudaban a cargar y acomodar los equipos.

No existían en estos primeros años del rock escuelas o instituciones en las cuales se pudiera aprender las artes de la industria de los conciertos. Los primeros operadores de audio e iluminación se fueron formando sobre la marcha, desarrollando su carrera de manera autodidacta, muchas veces construyendo las bocinas, consolas de iluminación, etc. Todos ellos picaron piedra para ir abriendo la brecha de esta industria a modo de prueba y error.

Posteriormente se crearon algunas compañías de audio e iluminación, surgidas de las empresas de luz y sonido o de las tiendas de electrónica o instrumentos musicales, que incorporaron más y más equipos para las presentaciones e introdujeron tecnología a la industria de los conciertos. Esto facilitó el crecimiento de los trabajadores de este gremio e hizo surgir la necesidad de capacitar a los técnicos para la operación de equipos cada vez más complejos. Al mismo tiempo artistas internacionales empezaron a visitar con mayor frecuencia el país y Guadalajara, lo que permitió la consolidación de este sector.

Las necesidades de la industria comenzaron a dar cabida a la incorporación de roles especializados. Las compañías devinieron escuelas para operadores de audio e iluminación. Las bandas empezaron a conformar sus crews con productores, técnicos de escenario, ingenieros de audio e iluminación, empleados abocados a la logística de los viajes y el personal de las compañías de audio e iluminación. Éstos últimos se encargaban de montar soportes para la iluminación y el audio. El trabajo de montaje ya se dividía en áreas específicas.

Con el paso del tiempo el desarrollo tecnológico trajo la integración a los conciertos de las pantallas de video, el circuito cerrado, elementos de pirotecnia y escenografías cada vez más elaboradas. En los últimos años, equipo automatizados y elementos multimedia se han vuelto indispensables en espectáculos masivos como el Roxy Fest, el Corona Capital, el Vive Latino o los conciertos en foros como el Auditorio Telmex o el Teatro Diana.

Como se mencionó al comienzo de este apartado, son muchos y de diversos alcances y trayectorias los proyectos que han dado vida a esta oferta musical en Guadalajara. Actualmente, si estos artistas desean figurar y ser rentables el camino son las presentaciones en vivo. No importa si son pequeños o grandes los foros, en la actualidad los conciertos y festivales emergen para bandas y artistas locales como el medio más efectivo para obtener ingresos.

Los contratos han cambiado mucho. El contrato que nosotros firmamos es un contrato obsoleto. Bueno, obsoleto para ellos, para mí no. Ahora los contratos que se firman son contratos 360, así les llaman. Como ellos (las disqueras) ya no venden (discos), entonces como que se hacen socios tuyos, de tu marca, que es una entidad y quieren ser parte de ésta. Y por lo tanto cobran de tus *shows*, cobran *merchandising*, cobran si quieres hacerte locutor de un programa de televisión, cobran de todo.

—Rangel Arroyo, José Alfredo “Joselo”, en Blanc, Enrique, 2016, *Café Tacvba. Bailando por nuestra cuenta*.

Quienes asisten a estos espectáculos se llevan gratas experiencias, y también sinsabores. Pero por lo general, en la memoria permanecen los artistas o las bandas. Poca o nula es la visibilidad del trabajo que técnicos, *managers*, *bookers*, ingenieros, cargadores, choferes y boleteros, entre muchos otros, desempeñan para dar vida a los conciertos. Son estos personajes en quienes recae, algunas veces, la responsabilidad de los errores durante los shows o las malas experiencias de los asistentes. Sin embargo, es innegable que la gran mayoría de los artistas no podría presentarse sin el trabajo de quienes se ubican fuera de los reflectores, que en ocasiones llegan a conformar más de cien personas.

El covid-19 ha traído el desempleo a este sector, por lo que se vuelve pertinente preguntarnos ¿qué condiciones en la industria de los espectáculos en vivo en el AMG llevaron a todo un gremio a la desprotección que vive actualmente? ¿Hacia dónde marcharán estas personas que se han visto en la

obligación de reinventarse para seguir figurando dentro de la industria de la música?

1.4. Contexto

Esta investigación comienza formalmente con la suspensión inmediata de las “actividades no esenciales” para enfrentar la emergencia sanitaria causada por el virus SARS–CoV2 en México, la cual implicó la cancelación de todos los eventos musicales en vivo y el cierre indefinido de todos los recintos culturales.

A finales del 2018, México perfilaba como uno de los países con mayor oferta musical de América Latina (Milenio, 2018). Grandes festivales ocupaban un lugar en el calendario del naciente 2019. La edición número 20 del Vive Latino, el Pa’l Norte, Vaivén, el Corona Capital, el Tequila Sound Festival y Tecate Coordinada, por mencionar algunos, congregaron a decenas de bandas y artistas de la escena nacional e internacional.

Más de treinta artistas y bandas independientes del AMG de rock pop de música original y reconocida trayectoria se presentaron dentro y fuera del país, conformando una fracción del sector cultural, que aportó 3.2% del PIB nacional, equivalente a una suma de 702 mil 132 millones (Villanueva, 2019).

En 2020 todo es diferente. “Los primeros en cerrar y los últimos en abrir” se ha convertido en un lugar común para diagnosticar el devenir de los distintos ámbitos del sector cultural del país desde que la pandemia trajo a México la primera muerte el 19 de marzo del 2020 (BBC News, 2020). Once días más tarde, la Segob decretó un paro de las actividades no esenciales para enfrentar la crisis sanitaria a escala nacional, lo que sumió a todo el sector artístico y cultural jalisciense en “un túnel” con una normalidad que se dibuja incierta al otro lado (Escobar y Hernández, s.f.). Los festivales fueron los primeros en sucumbir y tras ellos cayeron diversos foros públicos y privados (el teatro María Teresa ni siquiera alcanzó a tener su primer evento tras su restauración).

Así, “Coachella, Ultra Miami, SXSW, Tecate Pal Norte y más” (Cortina, 2020) fueron pospuestos o cancelados, todavía ante la estela de gel antibacterial que dejó el Vive Latino, que se efectuó el 14 de marzo bajo ciertas normas de

seguridad (como el chequeo de la temperatura corporal de los 40 mil asistentes en la entrada y el uso obligatorio de ítems como el cubrebocas) que parecieron insuficientes —y la realización del evento, imprudente— a no pocos actores sociales (Animal Político, 2020).

La Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo (ETOE) del INEGI indicó que más de 13 millones de personas dejaron de trabajar en abril de 2020; 66% de ellas (8.1 millones) correspondieron a trabajadores de micronegocios con menos de diez empleados (Hernández, 2020), como los proyectos artísticos independientes del AMG.

En medio de un panorama en el que los peores pronósticos prevén hasta 115,293 muertes por covid-19 en México para el primero de septiembre de 2020 (Youyang Gu, 2020), el país entero entrando en la caída más profunda del PIB de los últimos 25 años —según la Encuesta sobre las Expectativas de los Economistas del Sector Privado del mes de abril realizada por el Banco de México (Mejía y Ramírez, 2020)— y Jalisco aprobando una nueva deuda por 6,200 millones de pesos (Rivas, 2020) para afrontar la recesión económica y la emergencia sanitaria (en la que la música no figura como necesidad primordial), los ya de por sí precarizados trabajadores del sector musical parecen entrar en una situación laboral catatónica de la que muchos esperan salir por medio de la organización y la formación de relaciones estrechas con sus compañeros de la industria.

Parece no haber una certeza al final del túnel. ¿Hacia dónde se dirigen los artistas independientes? Esta es la pregunta rectora que se intentará responder en los próximos apartados.

2. Desarrollo

2.1 La indefinición de la industria de la música y los conciertos y su economía

La música empieza hacer negocio en el momento en que se pueden poner piano Rolls en los pianos de los bares buenos lugares donde se puede

poner un reproductor de música. De ahí nace la industria de la música, porque la música siempre ha estado presente en nosotros, es algo muy humano. La industria de la música tiene que ver en este momento con otro tipo de creaciones, no solamente con la música *per se*.

—José Carlos “Joe” Castro Campos, *guitar tech* (comunicación personal, 2020)

Uno de los objetivos principales de esta investigación es indagar sobre el aporte a la economía local del AMG de la industria de los conciertos. Para entender el panorama relacionado con esta actividad quisimos rastrear las estadísticas y los indicadores que existen sobre este sector en México y a lo largo del mundo.

Nos encontramos con varios conflictos e inconsistencias. Por una parte está la gran variedad de sistemas de clasificación sobre las actividades culturales (específicamente en lo que respecta a la música y los conciertos), pues para algunos agentes culturales, entre ellos varios músicos, los conciertos forman parte de la industria de la música, pero algunos académicos e investigadores, los conciertos no forman parte de ésta y no dejan claro a qué ámbito o sector pertenecen. Los conciertos pudieran clasificarse como parte de las industrias culturales y creativas, sin embargo, esta clasificación no es lo suficientemente sólida como para ser universal.

Según otras fuentes, los conciertos cumplen con todas las características de una arte escénica, pero algunos creadores e investigadores identifican diferencias estructurales importantes que excluyen a los conciertos de este sector (entre ellas, la estrecha relación de las artes vivas —teatro y danza— con el Estado para poder existir). Más adelante profundizamos en esta diversidad de perspectivas y enfoques.

Otro conflicto está relacionado con las clasificaciones: actividades de uso de tiempo, actividades económicas, el sistema de cuentas nacionales, las cuentas satélite, por mencionar algunas. Éstas son utilizadas para calcular la aportación a la economía de las actividades culturales.

Una de las formas como se puede calcular la aportación a la economía de una actividad o sector es mediante la cantidad de empleos que genera. En México

este cálculo lo realiza el INEGI mediante la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), que se publica en un periodo trimestral. Esta encuesta arroja resultados de acuerdo con las categorías del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). La ENOE también arroja información relacionada con los sectores económicos, es decir, sector primario, secundario y terciario.

La industria de los conciertos se encuentra en el sector terciario. De acuerdo con el INEGI “en el sector terciario de la economía no se producen bienes materiales; se reciben los productos elaborados en el sector secundario para su venta; también nos ofrece la oportunidad de aprovechar algún recurso sin llegar a ser dueños de él, como es el caso de los servicios” (INEGI, s.f.). En esta categoría se encuentran el comercio, los servicios, las telecomunicaciones y el transporte.

Volviendo a las categorías del SCIAN, la industria de los conciertos está dentro de la clasificación número 71, “Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos” (INEGI, 2018). Dentro de esta categoría se encuentran las siguientes subcategorías que se relacionan con la industria de los conciertos:

- 711131 Cantantes y grupos musicales del sector privado.
- 711132 Grupos musicales del sector público.
- 711311 Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos.
- 711312 Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos.
- 711320 Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos.
- 711410 Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares.
- 711510 Artistas, escritores y técnicos independientes.

Además de estas subcategorías se encuentran muchas otras actividades y organizaciones, como museos, compañías de teatro, compañías de danza, sitios

históricos, jardines botánicos y zoológicos, parques acuáticos, clubes deportivos, marinas, campos de golf, boliches y billares.

La cantidad y diversidad de actividades que se contemplan dentro de “Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos” hace difícil separar la cantidad de empleos que se generan únicamente en la industria de los conciertos, pues, al menos en la ENOE, este cálculo abarca la categoría 71 completa, de todo el territorio nacional y por sector de cada entidad (primario, secundario o terciario). Es importante destacar que esta encuesta arroja la información del Área Metropolitana de la Ciudad de México y no de la Ciudad de México, y en el caso de Jalisco, lo hace únicamente de Guadalajara (en la encuesta que realizamos para esta investigación encontramos que el municipio con más trabajadores de la industria de los conciertos en el Área Metropolitana de Guadalajara es Zapopan).

Por su parte, el Instituto de Información, Estadística y Geografía del Estado de Jalisco (IIEG) arroja información referente a nuestra entidad en lo que se refiere a Ocupación y Empleo con base en los trabajadores asegurados ante el IMSS. En nuestra encuesta encontramos que solamente 38% de los trabajadores de la industria de los conciertos está dado de alta en el Seguro Social y de éstos sólo una persona está asegurada por medio de su trabajo en la industria de la música y cuatro más están asegurados por su cuenta. Estos trabajadores son parte del 8% que podría estar contemplado dentro de los datos del IIEG relacionados con la industria de los conciertos. El resto de las personas encuestadas está asegurado por medio de su trabajo en otro sector o como afiliado de un familiar.

Con lo anterior es evidente que no existe información suficiente ni específica para conocer de manera pública la cantidad de empleos que genera la industria de los conciertos en el Área Metropolitana de Guadalajara.

Otras de las fuentes que encontramos sobre la economía alrededor de la industria de los conciertos son la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) del INEGI, las Cuentas Satélite de la Cultura en México (CSC) y la información disponible en el portal del IIEG.

La finalidad de la Encuesta Mensual de Servicios (EMS) es proporcionar información que muestre el comportamiento económico de coyuntura de las principales actividades de los Servicios Privados no Financieros del país, informar respecto al costo y productividad laboral, además de servir como insumo o componente para la generación de algunos indicadores económicos que elabora el Sistema de Cuentas Nacionales de México tales como: Producto Interno Bruto (PIB), Cuenta de Bienes y Servicios, Indicador Global de la Actividad Económica (IGAE), Oferta y Utilización total de Bienes y Servicios, entre otros.

—INEGI Encuesta Mensual de Servicios (EMS), 2013.

Esta encuesta se aplica de acuerdo con la clasificación del SCIAN. En la información disponible dentro del portal del INEGI, así como de las aplicaciones sobre las EMS, únicamente aparece información de dos de las subcategorías derivadas de los Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, relacionadas con la industria de los conciertos, que son:

- 711311 Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos.
- 711410 Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares.

Evidentemente, hacen falta otras subcategorías del SCIAN como las relacionadas con cantantes, grupos musicales, representantes y técnicos.

La información que se obtiene tras la consulta de la EMS en la plataforma del INEGI consiste en indicadores porcentuales que no supimos interpretar, ya que en ningún momento aparece el valor en dinero de 100%. Las cuatro variables que se analizan en la encuesta son:

- Ingresos totales por suministro de bienes y servicios.
- Personal ocupado total.
- Gastos totales por consumo de bienes y servicios.
- Remuneraciones totales.

Otra fuente consultada fue la información publicada sobre las Cuentas Satélite de la Cultura de los años 2017 y 2018. La Cuenta Satélite de la Cultura “constituye un sistema de información económica sobre el sector de la cultura, como parte del Sistema de Cuentas Nacionales de México” (INEGI, 2018).

En el año 2017 el total del Producto Interno Bruto (PIB) relativo al sector de la cultura representó 3.2% del total del PIB, es decir, 661,505,000,000² de pesos a precios básicos. De este total, lo relacionado a los servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos representó 5.7%, es decir, 37,705’785,000 de pesos. Sabemos que esta es una cifra muy amplia y que integra una gran variedad y diversidad de actividades, pero la industria de los conciertos pertenece a este rubro, y es del cual se muestra información. El anterior cálculo se hace con base en la clasificación de actividades económicas correspondiente al SCIAN.

En otro enfoque, la CSC presenta información acorde con las recomendaciones de la UNESCO y al Convenio Andrés Bello (CAB), organización que publicó la *Guía metodológica para la implementación de las cuentas satélite de cultura en Iberoamérica*. De acuerdo con la clasificación que recomienda el CAB para el aporte al PIB, el sector de la “música y conciertos” aportó 1.1% (7,276’555,000 de pesos) del total del PIB nacional en 2017.

Otro indicador publicado en la CSC es el gasto total que realizaron los hogares, el sector público y las unidades no residentes en el país en bienes y servicios culturales durante el 2017, el cual sumó la cantidad de 825,867’000,000 de pesos. El gasto realizado en las actividades relacionadas con la música y los conciertos fue de 1.5% de este total, equivalente a 12,388’005,000 de pesos.

El tercer indicador de los que se muestran en la CSC que utilizaremos es el relacionado con los puestos de trabajo ocupados en el sector de la cultura, el cual fue de 1’384,161 en 2017. Los ocupados en el sector de la música y los conciertos equivalen a 48,446 puestos de trabajo.

² Cantidades expresadas en pesos mexicanos.

Para el año 2018 el PIB de las actividades del sector cultural ascendió a 702,132'000,000 de pesos, aunque el porcentaje respecto del total del Producto Interno Bruto se mantuvo en 3.2%. El porcentaje relacionado con los servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos del PIB del sector de la cultura fue de 5.7%, equivalente a 40,021'524,000 de pesos.

En el segundo enfoque mencionado para el año anterior, es decir, el recomendado por la UNESCO y el CAB, la aportación para 2018 al PIB del sector de la música y los conciertos fue, al igual que el año anterior, de 1.1%, es decir, 7,723'452,000 de pesos.

El gasto realizado en bienes y servicios culturales en el año 2018 ascendió a 881,679'000,000 de pesos. El porcentaje del gasto destinado al sector de la música y los conciertos fue de 1.5%, lo equivalente a 13,225'185,000 de pesos.

En lo que se refiere a puestos de trabajo en el sector de la cultura, del total de 1'395,669 puestos de trabajo, 48,848 fueron ocupados en el subsector de la música y los conciertos.

Entre la información disponible en el portal del Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, en lo que se refiere al PIB local, las cuentas ofrecen información hasta el año 2017. De acuerdo con la tabla del PIB a precios corrientes, el total de las actividades terciarias fue de 905,286'900,000 de pesos.

La aportación a este total por parte de los Servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos fue de 5,995'990,000 de pesos. Esta cantidad representa menos de 1% del total del aporte al PIB del estado de Jalisco de las actividades terciarias.

Algunas anotaciones sobre la información recientemente presentada sobre la EMS, la CSC y la información sobre el PIB del IIEG es la falta de especificidad y claridad sobre lo que se relaciona con los conciertos. Como mencionamos, en la EMS, el hecho de ofrecer indicadores porcentuales en lugar de cantidades netas hace muy difícil de comprender e interpretar esa información.

En lo que se refiere a la CSC, resulta confuso que presente la información desde dos enfoques diferentes: por un lado un enfoque relacionado con la

clasificación de actividades del SCIAN, y por el otro, lo recomendado por la UNESCO y el CAB.

De cualquier modo, aunque el segundo enfoque sea un poco más específico, la nota metodológica de las CSC del INEGI dice sobre la subcategoría Música y conciertos: “agrupa la música en todas sus formas, incluyendo presentaciones grabadas y en vivo, composiciones y grabaciones musicales, e instrumentos musicales; abarca también la prestación de servicios fonotecas y de derechos de autor para este tipo de obras” (INEGI, 2019).

Otro detalle que encontramos sobre las CSC es la inconsistencia de las clasificaciones respecto de las propuestas por el CAB. Las referencias compartidas por el INEGI no coinciden con el documento citado.

A continuación abordamos el problema de la falta de claridad respecto al lugar que ocupan los conciertos en las diferentes clasificaciones, ya sean económicas, académicas, estadísticas, etcétera.

En el texto titulado *Industria del sonido* Francisco Núñez hace mención de los datos ofrecidos en la CSC sobre la aportación al PIB de la música y los conciertos. Enseguida nos presenta los sectores, que de acuerdo con la clasificación del SCIAN, participan en la cadena de valor de la industria del sonido, desde las unidades económicas manufactureras, pasando por las de comercialización, las relacionadas con la información en medios masivos y con la industria de la grabación de música. Continúa con los servicios de alquiler de equipos e instrumentos, servicios educativos en arte y los servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos. Esta última es la clasificación en la que consideramos que forman parte los conciertos y las presentaciones en vivo.

Revisar este texto nos ayudó a comprender un poco más el criterio de clasificación de las actividades del SCIAN. No habíamos profundizado en la búsqueda de las subcategorías en la categoría de Información en medios masivos, no nos imaginábamos que la música fuera considerada información. Pero las subcategorías incluidas dentro de esta categoría están vinculadas totalmente a la

grabación, distribución y comercialización de la música grabada. Nada que ver con las presentaciones en vivo de la música.

Así lo explica el propio Nuñez (2020):

La industria del sonido en México está integrada por las unidades económicas dedicadas principalmente a la producción de material discográfico (discos compactos y de video digital o casetes musicales); a la producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución; a administrar los derechos de autor de obras musicales en beneficio de sus poseedores; a proporcionar las instalaciones y la experiencia técnica para la grabación de discos compactos y de video digital o casetes musicales, y a proporcionar otros servicios de grabación del sonido. También incluye la edición de partituras. Pero excluye las unidades dedicadas principalmente a la reproducción masiva de discos compactos y de video digital o casetes musicales; a la comercialización de discos compactos y de video digital o casetes musicales al por mayor y al por menor; a la edición de libros de música y a la edición integrada con la impresión de libros de música; a la transmisión de programas de radio mediante señal abierta, y compositores musicales.

Lo interesante es el nombre del sector: Industria del sonido. Habrá que profundizar después en todas las actividades que se contemplan como parte de la industria del sonido. Quizá la grabación de *foleys* para el cine y la televisión está considerada dentro de esta industria, así como la publicidad para radio o la producción de las grabaciones para perifoneo.

El resto de este texto lo utiliza para profundizar en la industria de la música grabada, los consumidores y las plataformas o medios que utiliza para consumir la música, el cambio de formato de la reproducción de música de lo análogo a lo digital, el cambio de la industria provocado por este proceso y por el desarrollo de tecnologías. Comparte también la cadena de valor de la música que presenta la Amrpfon en el *Libro blanco de la música grabada*. Pero todo queda en la música grabada. La ejecución o presentación de la música en vivo no forma parte de su escrito.

Ricardo Álvarez explica a la industria de la música en la actualidad en su artículo “The music industry in the dawn of the 21st century”, en el que explica que la industria de la música se divide de manera general principalmente en tres sectores:

- La industria de las grabaciones o industria discográfica.
- La industria editorial musical.
- La industria de la música en vivo.

En ese artículo Álvarez profundiza mucho más allá de estos tres elementos y presenta una amplia red de valor relacionada con esta industria. Es importante resaltar es que sí considera como parte importante de la industria de la música a las presentaciones en vivo.

El libro *Cultural Economics* de Ruth Towse contiene un capítulo titulado “Broadcasting, music and film industries”; cuando llega el momento en el que habla de la industria de la música únicamente lo hace sobre la industria de la grabación del sonido. En el mismo libro, en el capítulo “Performing arts”, considera la música parte de las artes escénicas, aunque cuando habla sobre las presentaciones de música en vivo se refiere a las orquestas y a los músicos solistas, en especial a la música de cámara. En este mismo capítulo Towse se refiere a las presentaciones en vivo de la siguiente manera: “Por su naturaleza, una presentación en vivo es efímera: es programada para llevarse a cabo en un determinado lugar y hora, y a unos precios predeterminados”³ (Towse, p. 26). Esta descripción concuerda con los conciertos, por lo que considerarlos como parte de las artes escénicas tiene sentido.

Sobre esta misma línea, tratando de encontrar la relación de los conciertos con las artes escénicas, extraemos parte del texto del documento *Para salir de terapia intensiva. Estrategias para el sector cultural hacia el futuro* publicado por la Cátedra Internacional Inés Amor en Gestión Cultural y Cultura UNAM (2020), que se refiere a las artes escénicas de la siguiente manera:

³ Traducción nuestra.
FO-DGA-CPAP-0017

Las artes escénicas en México constituyen un sector tan amplio como complejo que agrupa disciplinas con muy diferentes realidades y necesidades: la danza, la música y el teatro, así como sus hibridaciones, y distintas derivaciones que abarcan desde las expresiones populares hasta la más diversa creación experimental, pasando por los registros clásicos y tradicionales que alberga cada una de estas disciplinas.

Las tres comunidades artísticas están compuestas por diversos agentes, tanto individuales como colectivos en labores que incluyen la actuación, la dramaturgia, la dirección, la escenografía, la iluminación, el video, la técnica, el vestuario, la programación, la producción, la promoción, la investigación, la gestión, la curaduría, la crítica, la docencia, la teoría, la ejecución, la coreografía, la interpretación y la composición, entre otras. Dichos agentes trabajan como solistas, en ensambles, coros, grupos, compañías, colectivos o en espacios públicos o independientes y se desempeñan tanto en instituciones gubernamentales como privadas. A este conjunto de agentes e instancias culturales se suman iniciativas de exhibición, divulgación y movilidad (por ejemplo, festivales, muestras o ciclos independientes y estatales), al igual que las industrias culturales y los proyectos vinculados a la producción y distribución de toda índole de insumos culturales, así como el registro de la producción y el pensamiento del sector por medio de estudios de grabación y sellos discográficos, editoriales independientes y revistas especializadas, tanto impresas como digitales. Todo lo anterior sólo para destacar algunas de las posibilidades de este vasto universo creativo (p.101).

Ésta es una de las mejores descripciones que hemos encontrado de las artes escénicas, aunque de manera general las artes escénicas se relacionan con el teatro y la danza. Georgina Gastelum, bailarina y profesora en el ITESO de las asignaturas de Danza contemporánea y expresión corporal, así como de la de Lenguajes escénicos: corrientes y tendencias, nos dijo que, aunque ella sí considera a los conciertos parte de las artes escénicas, sus colegas y los miembros del sector de la dramaturgia no lo hacen.

Aristeo Mora (2020), director escénico, actor, curador y gestor cultural, utiliza el término de “las artes en vivo”, que incluyen a la música, el teatro y la

danza. Aristeo observa una gran diferencia entre la música y las artes escénicas, ya que la primera se desarrolla mucho más en un mercado privado, mientras que las otras disciplinas dependen del subsidio público. El creador hace la distinción entre la música y las artes escénicas conformadas por el teatro y la danza.

En el *Creative Economy Report 2010* del UNDP y la UNCTAD, que abordan a las artes escénicas desde las Industrias creativas, se describen de la siguiente manera:

Las artes escénicas son una importante industria creativa, particularmente debido a su interacción con otras actividades creativas como la música, el vestuario y la radiodifusión. Este subgrupo cubre todo tipo de arte escénico, realizado en vivo por artistas para una audiencia. Las artes escénicas abarcan formas como el teatro, la ópera, la poesía, la danza, el ballet, los conciertos, el circo y los títeres; Por lo general, se presentan con fines culturales, educativos, de entretenimiento y comerciales. El sector incluye todo, desde presentaciones en solitario de artistas individuales hasta producciones teatrales a gran escala de organizaciones comerciales, sin fines de lucro o híbridas⁴.

En México, los conciertos y los festivales forman parte de las Industrias Culturales, las cuales “comprenden los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticas culturales, los servicios creativos y los deportes” (Buitrago y Duque, 2013, p. 39).

La UNESCO define las Industrias Culturales como “los sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (2010, p. 17). Otra definición de las industrias culturales nos la ofrece Eduardo Cruz en su libro *Sector cultural. Claves de acceso* como aquellas “que se caracterizan por tener como materia prima o insumo principal la creatividad; transmiten contenidos simbólicos; además representan una creación protegida por el derecho de autor, al menos

⁴ Traducción nuestra.
FO-DGA-CPAP-0017

potencialmente; tienen un soporte ya sea tangible o electrónico ; y son productos, conservados y difundidos en serie, en circulación generalmente masiva” (p. 33).

En el *Creative Economy Report 2013 special edition* de la UNESCO y el UNDP se ofrece una perspectiva de diferentes enfoques para clasificar a las Industrias Culturales y Creativas:

Figure 1.1 Different classification systems for the cultural and creative industries⁵

<p>1. DCMS Model</p> <ul style="list-style-type: none"> Advertising Architecture Art and antiques market Crafts Design Fashion Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Video and computer games 	<p>2. Symbolic Texts Model</p> <p>Core cultural industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Advertising Film Internet Music Publishing Television and radio Video and computer games <p>Peripheral cultural industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Creative arts <p>Borderline cultural industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Consumer electronics Fashion Software Sport 	<p>3. Concentric Circles Model</p> <p>Core creative arts</p> <ul style="list-style-type: none"> Literature Music Performing arts Visual arts <p>Other core cultural industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Film Museums and libraries <p>Wider cultural industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Heritage services Publishing Sound recording Television and radio Video and computer games <p>Related industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Advertising Architecture Design Fashion 	
<p>4. WIPO Copyright Model</p> <p>Core copyright industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Advertising Collecting societies Film and video Music Performing arts Publishing Software Television and radio Visual and graphic art <p>Partial copyright industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Architecture Clothing, footwear Design Fashion Household goods Toys 	<p>Interdependent copyright industries</p> <ul style="list-style-type: none"> Blank recording material Consumer electronics Musical instruments Paper Photocopiers, photographic equipment 	<p>5. UNESCO Institute for Statistics Model</p> <p>Industries in core cultural domains</p> <ul style="list-style-type: none"> Museums, galleries, libraries Performing arts Festivals Visual arts, crafts Design Publishing Television, radio Film and video Photography Interactive media <p>Industries in expanded cultural domains</p> <ul style="list-style-type: none"> Musical instruments Sound equipment Architecture Advertising Printing equipment Software Audiovisual hardware 	<p>6. Americans for the Arts Model</p> <ul style="list-style-type: none"> Advertising Architecture Arts schools and services Design Film Museums, zoos Music Performing arts Publishing Television and radio Visual arts

Fuente: UNESCO/UNDP/UNESCO (2013) *Creative Economy Report 2013 special edition*, p. 22

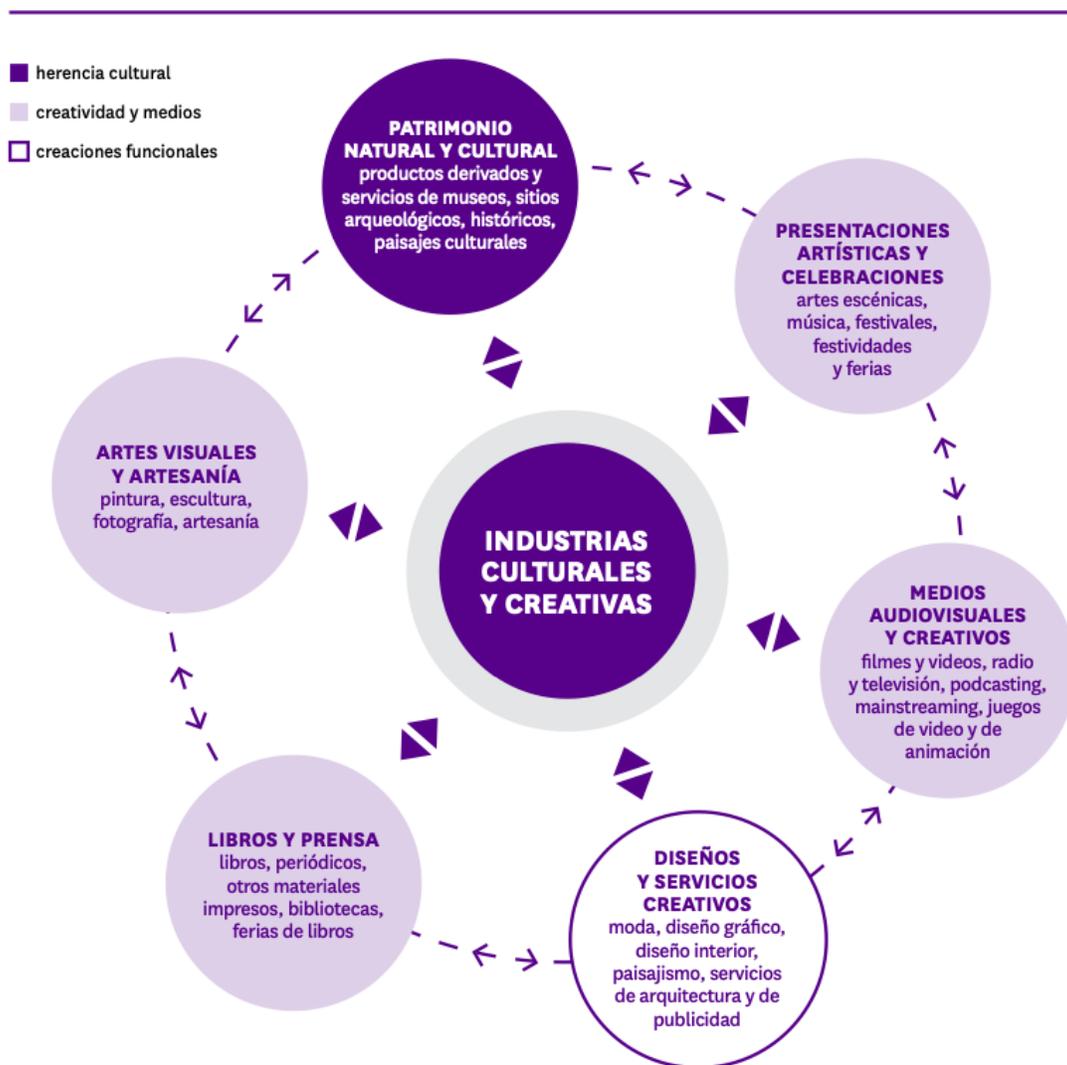
Aunque en un principio parece que nos encontramos con el conflicto de saber si los conciertos forman parte de la música o las artes escénicas, optamos por indagar en cada uno de los diferentes modelos para saber en qué categoría los colocan. A continuación lo explicamos brevemente:

- El modelo del Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS por sus siglas en inglés) que nace con las industrias creativas en Reino Unido, en 1997 y realiza el primer mapeo de las industrias creativas en 1998 para rastrear y medir el aporte económico de estas actividades. En la versión de este mapeo del 2001 lista como actividades principales en el sector de la música a la producción, distribución y venta de música grabada; administración de derechos de autor de la música; música en vivo (no clásica); representación y promoción; y composición.
- Para el modelo de Textos simbólicos no nos fue posible acceder a la fuente original que lo explicaba, sin embargo, a diferencia de los otros modelos, en su clasificación únicamente incluye a la música, sin incluir a las artes escénicas.
- Tampoco nos fue posible acceder al libro de David Throsby, *Economics and Culture*, que es del cual se extrae este modelo, para saber si este autor considera a los conciertos como parte de la categoría de música o artes escénicas.
- No encontramos un documento específico de la OMPI (WIPO en inglés) que explique este modelo, sin embargo, en su *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor* agrupa en una misma categoría a la música y a las artes escénicas.
- De acuerdo con el Marco para las Estadísticas Culturales del Instituto de Estadística de la UNESCO las presentaciones de música en vivo, el teatro y la danza forman parte de una misma categoría llamada Actuación y celebración (2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics).

- Aunque en la tabla el modelo de *Americans for the Arts* la música y las artes escénicas son dos categorías diferentes, en sus reportes considera a las dos disciplinas dentro de una misma categoría.

En Políticas para la creatividad, guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas (2010, p. 19), la UNESCO ubica los sectores que componen las industrias culturales en la siguiente gráfica:

Gráfica 1. Sectores de actividad cultural y creativa



Fuente: UNESCO (2010), Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas p. 19.

Como puede verse, en esta clasificación la industria de la música (que definimos como todos aquellos actores que con su trabajo hacen posible cualquier actividad relacionada con esta rama cultural, como conciertos, grabaciones, festivales, transporte, técnicos, ayudantes, producción de mercancía, etc.), se encuentra incluida en el apartado de Presentaciones Artísticas y Celebraciones. Se la menciona tal cual: “música”. Sin embargo, los festivales (ubicados aparte) también pueden ser parte de la industria musical. Lo mismo con las artes escénicas.

El DCMS, que mencionamos anteriormente, es relevante para la industria de los conciertos en el AMG, ya que es utilizado para clasificar la música en las Leyes de Ingresos para el Ejercicio Fiscal 2020 del estado de Jalisco, ubicadas en el sitio oficial del Periódico Oficial. Este modelo engloba también la publicidad; arquitectura; arte y mercado de antigüedades; artesanía; diseño; moda; cine y video; artes escénicas; industria editorial; software; televisión y radio; y los videojuegos y juegos de computadora. DCMS considera las industrias creativas como “aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual” (DCMS, 1998, p. 3).

Para el DCMS, *música* no se reduce únicamente a la publicación musical o a las obras protegidas por los derechos de autor, sino que engloba también la música en vivo y la grabada. Así, en el panorama internacional la música forma parte de las Industrias creativas (Reino Unido), Industrias creativas y culturales (Alemania), Industrias culturales (España) y el Sector cultural (Francia). En 2004, DCMS desarrolló un nuevo criterio para clasificar las Industrias creativas basado en el soporte de sus entregables, como se muestra en la tabla 1. Es interesante notar que, de acuerdo con esta catalogación, la música no forma parte de las artes escénicas, es decir, los conciertos no figuran como parte de esta industria.

Tabla 1. Dominios de las industrias creativas a partir de las herramientas DET (DCMS, 2004)

AUDIOVISUAL (AV)	AUDIOVISUAL (AV)
<ul style="list-style-type: none"> • Televisión y radio • Cine y video • Fotografía • Música • Publicidad • Medios interactivos digitales (juegos, Internet, teléfonos móviles) • Programas de computador 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones (libros, revistas, periódicos) • Literatura • Impresión
ARTES ESCÉNICAS (AE)	ARTES VISUALES Y DISEÑO (AVD)
<ul style="list-style-type: none"> • Teatro • Danza • Circo • Carnaval • Títeres 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño (incluye diseño de modas) • Arquitectura • Bellas artes • Artesanías • Arte y antigüedades

Fuente: BOP Consulting, (2010). Guía práctica para mapear las industrias creativas, p. 38.

Otra de las múltiples clasificaciones que tratan de catalogar y clasificar las actividades creativas es la de los Modelos de Negocio Creativos (NESTA 2006), que agrupa las Industrias en cuatro círculos según los modelos de negocio y las cadenas de valor relacionadas con ellos. Así, según se explica en la *Guía práctica para mapear las industrias creativas* (2010, p. 38), estos círculos resaltan las similitudes entre las prácticas de un arquitecto, por ejemplo, y de una agencia de publicidad: ambos le venden su habilidad y tiempo (más que un producto finalizado) a otros negocios, no a un consumidor final.

En cuanto al AMG, en las Leyes de Ingresos para el Ejercicio Fiscal 2020 del estado de Jalisco, ubicadas en el sitio del *Periódico Oficial*, se encuentran indicadas las tasas de impuestos sobre los ingresos de Espectáculos Públicos (en donde se ubica la música). Además se encuentra enlistada dentro de la ya mencionada clasificación de Industrias Creativas modelo DCMS. En las versiones del Periódico Oficial de Jalisco para Guadalajara, Zapopan, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá y Tlajomulco de Zúñiga, la música se distribuye dentro de varias subcategorías para el cobro de la tasa de impuestos dentro de los Espectáculos Públicos.

Tabla 2. Impuesto sobre los ingresos en espectáculos públicos por municipio del AMG

Municipio	Categoría(s) relacionadas con música y tasa(s) de impuestos sobre ingresos	Estimación de ingresos de espectáculos públicos para el 2020
Zapopan	Conciertos y audiciones musicales, exhibiciones de cualquier naturaleza, concursos, funciones de box, lucha libre fútbol, básquetbol, béisbol y otros espectáculos deportivos, funciones de circo o carpa, teatro, variedades, pasarela, ballet, ópera, zarzuela, comedia, taurinos y jaripeo, peleas de gallos y palenque (7%) Otros espectáculos distintos de los especificados excepto charrería (7%) No se cobra este impuesto a nada relacionado con el Encuentro Internacional de Mariachi y Charrería	\$68'813,232
San Pedro Tlaquepaque	Conciertos y audiciones musicales; funciones de box, lucha libre, fútbol, básquetbol, béisbol y otros espectáculos deportivos (7%) Espectáculos teatrales, ballet, ópera y taurinos (4%) Pelea de gallos, espectáculos en palenques (10%) Otros espectáculos, distintos espectáculos excepto charrería (10%)	\$174,204.12
Tlajomulco de Zúñiga	Conciertos y audiciones musicales, exhibiciones, concursos, funciones de box, lucha libre, fútbol, básquetbol, béisbol y otros espectáculos deportivos, sobre el ingreso percibido por boletos de entrada (7.70%) Espectáculos teatrales, comedia, conferencias, eventos culturales, recitales, pasarela, ballet y ópera (3.40%) Peleas de gallos, taurinos, palenques y espectáculos de baile erótico (11.50%)	\$4'850,486

Guadalajara	Teatro, danza, ópera, música, circo y espectáculos artísticos o culturales (7%) Conciertos y audiciones musicales, presentaciones de artistas incluyendo aquellos que mezclen o reproduzcan música de manera electrónica (7%) Peleas de gallos; espectáculos en palenques, variedades y espectáculos de baile (7%) Espectáculos de teatro, danza, ópera, música o cualquier otro de naturaleza cultural, que realicen las personas físicas, jurídicas o unidades económicas de las diferentes expresiones artísticas, sin intermediación de personas físicas o personas jurídicas, que se encuentren inscritos en el padrón de la Dirección de Cultura en lo relativo a espectáculos culturales, además deberá tener previa solicitud y autorización de la Tesorería Municipal, así como los espectáculos relacionados directamente con el Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería, específicamente las denominadas Galas del Mariachi, los cuales también deberán cumplir con la previa solicitud y autorización de la Tesorería Municipal (0%)	\$14'865,373
Tonalá	Conciertos y audiciones musicales, funciones de box, lucha libre, fútbol, básquetbol, béisbol y otros espectáculos deportivos, sobre el ingreso percibido por boletos de entrada (7%) Espectáculos teatrales, ballet, ópera, y taurinos (4%) Peleas de gallos y palenques (10%) Otros espectáculos, distintos a los especificados, excepto charrería (10%)	\$126,768

Fuente: Gobierno del estado de Jalisco (diciembre del 2019). *Ley de ingresos del municipio de Guadalajara p. 21, Tlajomulco de Zúñiga p. 25, San Pedro Tlaquepaque p. 28, Tonalá p. 25, Zapopan p. 20.* Periódico Oficial del Estado de Jalisco: México.

No es difícil deducir con todo esto que la industria de la música se encuentra catalogada dentro de diversas ramas: las artes escénicas, los espectáculos públicos, las industrias protegidas por derechos de autor, etc. Esto hace difícil rastrear su aporte económico a cualquier escala, así como la cadena de valor de conciertos y festivales y otros muchos aspectos para su estudio.

2.2 La industria de los conciertos

La música en vivo, los conciertos, que realmente generan muchísimos ingresos, manejan muchísima gente, mucha gente vive de ser técnicos de audio, de video o stage hands, o los teatros, etc. Cualquier show que hay en vivo, hay una cantidad de gente trabajando detrás de todo esto. Y bueno, el impacto es muy grande, muy fuerte, muy duro.

—Eduardo Sandoval, ingeniero de audio (comunicación personal, 2020).

La palabra “concierto” viene del latín *concertare*, que deviene *concerto*, palabra italiana que significa convenio. En la música esta palabra tiene dos acepciones: la que se refiere a la forma musical de concierto y por el otro, la que se refiere a un tipo de evento. La primera consiste en una composición u obra musical extensa en la cual un músico solista, que ejecuta la parte principal, es acompañado por un ensamble musical, o un pequeño ensamble musical acompañado por una orquesta. Esta puede ser la que acompañe al instrumentista solista. Los conciertos más conocidos son los compuestos para un instrumento solo acompañados por una orquesta.

La segunda acepción, que es la que nos interesa a nosotros, consiste en una actuación, función o presentación de música en la que se ejecutan composiciones sueltas. Es también conocido como recital. Esta definición es la que actualmente mayor uso tiene en el lenguaje y en la cultura popular. Los conciertos están vinculados a géneros o estilos de música, como conciertos de rock, conciertos de jazz, conciertos de banda, etc.

Según Juan Escalante Díaz, de Concerts–Shows; Rodrigo Palencia, del Festival Akamba; Alejandro Vogt del Palacio, de Bismarck; Karla Delgadillo, de

ACK Promote – Festival Adverso; Alfonso Ochoa Mendoza, de C3 Stage; Edgar Méndez, del Teatro Galerías, y Santiago Valencia, del Festival Roxy, en 2019 Jalisco recibió 58 millones de pesos en impuestos por parte del sector de espectáculos y eventos de entretenimiento y cultura. Asimismo, generaron ingresos de taquilla por 415 millones de pesos y 148 mil empleos, con una derrama de 600 millones de pesos (El Informador, 13 de junio del 2020).

Este tipo de eventos han evolucionado a lo largo del tiempo, pues han cambiado tanto el formato de los mismos, los recintos en los que se presentan, la cantidad de equipo y tecnología que se utiliza o la duración. Pueden ser tan pequeños como los que una banda amateur lleva a cabo en la cochera o tan impactantes como los que forman parte de las giras internacionales como Pink, Elton John, Muse y Metallica, o los latinos Ricardo Arjona, Bad Bunny o Morat.

Asimismo, los conciertos han evolucionado desde ser un evento en el que un solo artista o grupo se presenta en un foro por una ocasión, hasta los grandes festivales como el de Coachella.

Mientras más ambiciosa sea una puesta en escena, mayor y más compleja será la planeación, la producción y la logística; la cantidad de equipo requerido; la diversidad de especialistas y de áreas o equipos para la producción y la cantidad de trabajadores durante el montaje, pruebas, el mismo show y el desmontaje. Mientras más grande es el evento, se vuelve necesaria la suma de más áreas de operación para la logística, la técnica y las operaciones, como sería el caso de un festival.

Para que un concierto pueda realizarse se requiere la participación de muchas más personas además de los músicos. No solamente detrás, sino a los lados, al frente y mucho más allá del escenario, se encuentra el trabajo de una gran cantidad de personas. Algunas desempeñan actividades profesionales especializadas, como ingenieros de sistemas, ingenieros de audio, iluminadores, ingenieros estructurales, programadores o productores de contenido multimedia; otros más, no tan especializados, trabajan como *riggers*,⁵ jefes de escenario,

⁵ El diccionario web Collins define los *riggers* como “una persona experta en el uso de poleas, equipos de elevación, grúas, etc.”. El término se deriva de palabra en inglés *rig*, que significa

técnicos de escenario; y algunos más, con menor necesidad de conocimientos o experiencia, se desempeñan como cargadores y transportistas, personal de aseo, seguridad, acomodadores, vendedores de bebidas y alimentos. Estas personas son fundamentales para que los eventos se lleven a cabo.

GOLDENVOICE PRESENTS IN INDIO
COACHELLA
 COACHELLA VALLEY MUSIC AND ARTS FESTIVAL
 INDIO CALIFORNIA EMPIRE POLO CLUB

Childish Gambino FRIDAY APRIL 12 & 19

Janelle Monáe ^{the 1975} · DJ Snake · Diplo · RÜFÜS DU SOL · BLACKPINK
 Anderson .Paak ^{the Roots} · Kacey Musgraves · Juice WRLD · Ella Mai · Los Tucanes De Tijuana
 FISHER · Jaden Smith · Nina Kraviz · Rosalía · Gorgon City · Mon Laferte · Khruangbin · Kayzo · dvin · King Princess
 Chris Lake · Jauz · Hot Since 82 · Charlotte Gainsbourg · SOPHIE · Nicole Moudaber · Tierra Whack · Polo & Pan · Beach Fossils
 Yellow Days · ^{the} Frights · Nora En Pure · Yves Tumor · SG Lewis · Kero Kero Bonito · JPEGMAFIA · Calypso Rose · Nic Fanciulli · Kölsch
 CamelPhat · Let's Eat Grandma · U.S. Girls · Anna Lunoe · Amelie Lens · Hurray ^{for the} Riff Raff · Walker · Royce · Turnstile · BAT BOY
 88Glam · Ross From Friends · Lauren Lane · Still Woozy · Blond:ish · Tomasa del Real · Las Robertas · Dave P.

Tame Impala SATURDAY APRIL 13 & 20

Solange · Kid Cudi · Weezer · Aphex Twin · J Balvin · Billie Eilish · BASSNECTAR
 Four Tet · Christine ^{and the} Queens · Wiz Khalifa · Mac DeMarco · Bazzi · Maggie Rogers · Sheck Wes
 Gryffin · Bob Moses · Virgil Abloh · Tale Of Us · Mr Eazi · Sabrina Claudio · Ty Segall & White Fence · Deep Dish
 Smino · FKJ ^{the} Interrupters · SIR · Idris Elba · Parcels · JAIN · Soulection · Turnover · SALES · Stephan Bodzin · CloZee
 ARIZONA · Murda Beatz · Jambinai · Ane · CHON · Wallows · Little Simz · Adriatique · Lee Burridge ^{the} Garden
 Agoria · Hop Along · shame · Superorganism · serpentwithfeet · Doherty · Steady Holiday
 Javiera Mená ^{the} Messthetics · Red Pears · Heidi Lawden

Ariana Grande SUNDAY APRIL 14 & 21

Khalid · Zedd · Gesaffelstein · Bad Bunny · Dillon Francis · CHVRCHES · YG
 Cirez D · Playboi Carti · H.E.R. · Blood Orange · Pusha T · Unknown Mortal Orchestra · Kaytranada
 Gucci Gang · Jon Hopkins · SOFI TUKKER · Burna Boy · Lizzo · Dermot Kennedy · SOB · RBE · Clairo · NGHTMRE
 Perfume · boy pablo · Guy Gerber · HYUKOH · Emily King · Dennis Lloyd · Alice Merton · Shallou · 070 Shake · Soccer Mommy
 Rico Nasty · Cola Boyy · Mansionair · Nocturnal Sunshine · Dusky · Yotto · Patrice Bäumel · Easy Life
 Jan Blomqvist · Iceage · Men I Trust · Charlotte de Witte · Social House
 Ocho Ojos · Razorbumps · Tara Brooks

With large-scale art installations by
 Francis Kéré · Office Kovacs · Dedo Vabo · Poetic Kinetics · Sofia Enriquez · NEWSUBSTANCE · Do LaB · Robert Bose

Cartel del Festival Coachella (2019) en el sitio de *Indie Rocks!*

A continuación explicaremos de manera breve y concisa las actividades o tareas que realizan todos aquellos involucrados en la producción de un concierto de gran formato, puesto que, como lo menciona Marisa de León en su libro *Espectáculos escénicos: producción y difusión*:

“plataforma”. En los conciertos, son aquellos que se encargan de montar las estructuras sobre las que se desarrolla el escenario.

Por lo general son pocos los espectadores que tienen idea del trabajo, el esfuerzo y el tiempo invertido para su realización [de los espectáculos escénicos] y concreción; en ocasiones los propios actores, cantantes, músicos o bailarines participantes tampoco conocen de cerca el proceso que posibilitó que estén en el escenario, por lo que a veces el trabajo del equipo de producción es poco reconocido y tiene más preocupaciones y responsabilidades que satisfacciones (p. 21).

Para describir los roles y las actividades que realiza cada uno de estos personajes describiremos en orden cronológico los pasos o la secuencia de actividades necesarias entre el montaje y desmontaje para un concierto de un artista de talla internacional, puesto que este tipo de producciones integran de manera estándar diversidad de elementos y equipos de trabajo.

Previo a un concierto o al arranque de una gira participan un nutrido grupo de especialistas y profesionales que se encargan de la logística y diseño del show: idean el escenario, su tamaño, los elementos que tendrá, la cantidad de sobreescenarios,⁶ escenografía, telones, escaleras, rampas y demás elementos que se utilizarán para el evento. Así, se definen las estructuras y soportes que cargarán todos los equipos de audio, iluminación, video, efectos especiales o escenografía.

Se idea entonces el diseño de iluminación, la cantidad y tipo de lámparas, así como su ubicación. Algunas irán colgadas en diferentes estructuras y a diferentes alturas, otras irán a nivel del escenario y algunas más en posiciones muy peculiares como debajo del escenario o dentro de algún instrumento. También se realiza un diseño de video que consiste en pantallas de diversos tipos con características variadas. Al igual que la iluminación, pueden ir colgadas o a nivel de piso. La pirotecnia y los efectos especiales también forman parte de los conciertos, así como elementos decorativos que son incluidos en algunas ocasiones.

⁶ Los sobreescenarios son las tarimas que se ubican sobre el escenario principal, colocados en desnivel, para que los músicos que se ubican en la parte posterior se puedan elevar con la intención de que se puedan ver en perspectiva.

Por el lado del audio también se realiza una compleja planeación para que tanto los espectadores como los músicos que participan del espectáculo escuchen bien. También se contempla para el diseño del espectáculo la cantidad de músicos, los instrumentos que se utilizarán y su posición en el escenario. La participación de diversas disciplinas artísticas es común en los conciertos, como lo son la danza o las acrobacias. Creativos e ingenieros especializados en cada área trabajan para que todo esté en condiciones óptimas.

El diseño de producción se realiza para que el montaje, pruebas y show fluyan en la secuencia y el tiempo correctos, pues para muchos de los shows todo se debe realizar en un solo día. Para otros eventos se necesitan varios días de montaje y el desmontaje. La cantidad de personas trabajando en cada área o departamento depende del tamaño y complejidad de cada producción. Bandas como Maná trabajan con un equipo no menor a 50 personas. Todo lo anterior deviene espectáculos que duran, algunas veces, tan solo un par de horas.

“Safety first”

Seguridad ante todo⁷

Para todos los trabajos y maniobras que a continuación se describen, la seguridad es un factor primordial. La cantidad de personas que trabajan simultáneamente, los equipos y la maquinaria que intervienen durante toda la producción de un concierto, generan un ambiente propicio para accidentes.

El montaje comienza muy temprano. Para esa hora los trailers llenos de equipo ya se encuentran estacionados en el muelle de carga de la arena y los generadores de eléctricos estacionados para ser conectados a la red de corriente del recinto.

El primero en llegar es el jefe de *riggers* (o rigger en jefe, *chief rigger*) quien, utilizando una tiza, marca sobre el piso los puntos donde deben de colgar las cadenas de los motores de carga (de acuerdo con el plano del diseño de la carga

⁷ Más adelante ahondaremos en la importancia que esta frase, utilizada sobre todo en el ámbito laboral, tiene para la industria de los conciertos.

del show). En coordinación con el *rigger* de casa, señalan en las marcas el tipo y la cantidad de material que se utilizará para anclar a la estructura desde el techo o a la parrilla de la arena los motores de carga que se utilizarán para suspender las estructuras que cargarán los equipos de audio, iluminación, video, automatización, pirotecnia, efectos, telones o escenografía. El *rigger* de casa suele ser un ingeniero especializado que conoce el diseño de la estructura del recinto, así como su capacidad. De acuerdo con ésta se calcula la cantidad y ubicación de los puntos de anclaje para que la carga esté balanceada y segura.

Enseguida se abren las puertas de los trailers y los cargadores (conocidos también como *pushers* o chachos) comienzan a bajar los motores de carga y el equipo que se utilizará para suspenderlos y anclarlos en la estructura del techo (como cables de acero, argollas, grilletes y costales).

Al mismo tiempo, el electricista de la producción se coordina con el electricista de casa para instalar la red de corriente que le dará energía a todos los equipos que la requieren. Los generadores eléctricos se encienden justo antes de que los motores de carga empiecen a funcionar.

Los *riggers*, que trabajan en parejas (uno en las alturas y otro a nivel de piso), comienzan a instalar los puntos en la estructura del recinto para colgar los motores de carga.

Los cargadores continúan la descarga de los tráilers, ahora moviendo las estructuras con las que se armarán las parrillas y las estructuras que cargarán los equipos. Éstas se ensamblan conforme al diseño del show y al plano de carga. Las cadenas de los motores de carga se ensamblan a las estructuras. Los encargados de cada departamento (audio, iluminación, video, etc.) y el jefe de *riggers* supervisan en todo momento que el ensamble de las estructuras y los anclajes de las cadenas de los motores de carga sean seguros. Un error en este trabajo puede derivar en un accidente fatal.

Magú: Lo que la mayoría de la gente no sabe es que ahí están colgadas toneladas, y si eso se cae, mata a los músicos, mata al staff y puede matar público ¿no?

Tony Vierling: No, ya ha pasado. Gracias a Dios, con ningún equipo que yo me haya involucrado ha pasado.

Magú: Y ahí debe de haber de repente unas demandas brutales cuando eso pasa, ¿no?

Tony Vierling: ¡No, no...! Se acaban los consultores, las compañías que construyeron y todo.

(Entrevista a Tony Vierling, cantante de los Spiders y diseñador de estructuras para conciertos en TOMCAT, por Mauricio “Magú” Ramírez en “Segunda Llamada”, 2020).

Concluido este trabajo, comienzan a llegar los equipos de los diferentes departamentos y se empiezan a colgar de acuerdo al diseño del show. Conforme se van colgando y ensamblando, se conectan los cables de señal, de corriente o las mangueras que los activarán. Conforme se elevan las estructuras, se prueba que todos los equipos estén funcionando correctamente. Todo el montaje es una coreografía para la que se necesitan kilómetros de cables y mangueras.

Cada departamento se conforma con un jefe y sus asistentes, que con ayuda con los *stage hands* (asistentes), van armando y colgando todos los equipos. Los miembros de cada departamento conocen bien su trabajo y el diseño del show. Desde los ensayos, cada departamento marcó la posición de cada equipo, así como de los cables con los que se alimentará de corriente y señal.

Simultáneamente, al otro lado de la arena se comienza a armar el escenario, tarea de la que se encargan los carpinteros. Sobre la tarima se instalan las sobretarimas (o sobreescenarios), rampas, escaleras y demás elementos que forman parte del diseño del escenario. Concluido esto, los técnicos del escenario comienzan a armar el *backline* que utilizan los músicos para el show y los encargados de la microfonía se encargan de instalar las bases con sus micrófonos (o demás dispositivos usados) para la sonorización de los instrumentos y las voces. También se instala el mobiliario que forma parte del espectáculo, como bancos, sillas, objetos decorativos y escenografía. Todo este trabajo es supervisado por el *stage manager* o jefe de escenario.

Una vez instalados todos los equipos suspendidos, se desplaza el escenario, que cuenta con un sistema de ruedas, a su posición final. Se instalan los equipos de audio, iluminación, video, escenografía, pirotecnia y efectos que hacían falta o que no podían ser instalados previamente y se procede a conectar todos los equipos con las consolas, mediante las cuales se operan. Entre las consolas y los equipos hay dispositivos que se encargan de procesar la señal de comunicación entre las consolas.

La mayoría de las consolas se ubican en la cabina o *front of house*, que se instala regularmente en medio de la audiencia elevada del piso con unas pequeñas tarimas. En esta posición se ubican las consolas de audio, de iluminación, de video, de circuito cerrado, las computadoras o servidores multimedia, cámaras de video o proyectores, entre otros equipos. En algunos espectáculos se instala también un pequeño escenario donde los artistas interpretan algunas canciones. La corriente y la señal se distribuye del escenario hasta la cabina a través de los kilómetros de mangueras antes mencionados.

Además de las consolas de cabina, existen otras consolas que se instalan regularmente a los lados del escenario. Parte del flujo de señal del audio se encuentra la consola de monitores, la cual se utiliza para hacer las mezclas que los artistas escucharán en el escenario mediante los monitores.⁸

Las consolas para la pirotecnia y los efectos especiales también se suelen instalar junto al escenario, principalmente porque los equipos utilizados para este propósito se encuentran sobre el escenario y es necesario que el operador o el jefe de este departamento esté al pendiente de todos ellos para evitar accidentes, sobre todo con los que implican el uso de fuego o pólvora.

También junto al escenario se instala la consola que controla los equipos de automatización, que sirven para subir y bajar algunas estructuras que soportan elementos de iluminación, video o escenografía.

Una vez que se encuentran todos los equipos instalados, interconectados y en su lugar, comienzan las pruebas. El ingeniero de sonido de sala hace funcionar

⁸ Un monitor es una bocina que reproduce la señal de audio de forma transparente, sin alteraciones ni efectos.

los sistemas de audio que sonorizarán el recinto. Cualquier defecto del sistema de audio lo atenderá junto con el encargado de audio y sus asistentes. El iluminador o ingeniero de luces probará cada una de las lámparas utilizadas para el diseño de iluminación y cualquier falla la solucionará con el encargado de luces y sus técnicos. Los diseñadores o encargados de los contenidos multimedia harán las pruebas junto con los encargados del departamento de video, lo mismo que los encargados del circuito cerrado, que revisan que la señal de las cámaras de video, (algunas operadas por personas, otras automatizadas), que se operan desde las consolas y mezcladoras de video.

En el escenario lo propio hacen los técnicos de escenario, junto con el ingeniero de monitores, que revisa que llegue correctamente la señal de todos los instrumentos y micrófonos, la señal desde la consola hacia los equipos y dispositivos de monitoreo. Se hacen las pruebas con los efectos especiales y pirotecnia, así como con los equipos de automatización.

Una vez que todo se encuentra funcionando correctamente, los músicos y demás artistas realizan las pruebas de sonido y ensayos que sean necesarios para correr el show. Al terminar las pruebas y ensayos, el personal de limpieza deja el escenario reluciente y se abren las puertas para que el público ocupe su lugar en el recinto.

¡Primera, segunda y tercera llamada! Comienza el show, durante el cual cada persona realiza su trabajo cuidadosa y detalladamente. Falsa salida, la gente grita “¡Otra! ¡Otra!”, sucede el *encore* y el show finaliza con un sonoro “¡Gracias!” bañado en aplausos. Los asistentes salen del recinto y comienza ahora la coreografía del desmontaje.

Lo mismo que en el montaje, pero a la inversa. A desconectar todo y guardarlo. Cada departamento se encarga de sus equipos con la ayuda de los *stage hands* y los cargadores, que trasladan los cientos de estuches desde el escenario hasta los trailers, todo en orden y a su lugar, al tráiler que le corresponde para que esté disponible de nueva cuenta para el montaje del siguiente show. Una vez guardados todos los equipos, el escenario se desmonta y se guarda. Finalmente se desarman las estructuras, se bajan los motores y los

riggers se encargan de desanclar los puntos puestos en las vigas o parrilla del recinto. Se cierran los últimos estuches, que se llevan a guardar al último tráiler que tiene las puertas abiertas. Al sonido de las cerraduras de las puertas de la caja del tráiler lo preside un “¡muchas gracias a todos!” que marca oficialmente el final del concierto.

Todos se dirigen a descansar. Los trabajadores locales, a sus casas, los que están de gira abordan los vehículos que los llevan al hotel. Aunque en otras ocasiones, lo que sigue es darse un baño y abordar los camiones que viajarán de noche a la siguiente ciudad de la gira.

A continuación se enlistan los roles de trabajo que intervienen en la producción de un concierto. No todos están relacionados con actividades de la producción técnica, pero su labor es indispensable para que el show se pueda llevar a cabo. En estos casos, si su rol no fue mencionado en los párrafos anteriores, se describirá su actividad posterior a la lista.

- choferes
- jefe de operaciones (trabajador local)
- *crew* local o de casa (trabajadores locales)
- *crew chief* (trabajador local)
- catering (trabajadores locales)
- operadores de montacargas o grúas (trabajadores locales)
- cargadores (*pushers*, trabajadores locales)
- *stage hands* (asistentes, trabajadores locales)
- encargado de generadores (electricista)
- electricista
- *rigger* en jefe (*chief rigger*)
- *riggers* de la gira
- *riggers* locales (trabajadores locales)
- carpinteros
- escenógrafos
- jefe de audio

- técnicos de audio
- jefe de iluminación
- técnicos de iluminación
- jefe de video
- técnicos de video
- jefe de automatización
- técnicos de automatización
- jefe de pirotecnia
- asistente de pirotecnia
- ingeniero de sala
- ingeniero de monitores
- ingenieros de iluminación
- diseñadores (operadores) del contenido multimedia
- director de video
- camarógrafos
- técnicos de *escenario (roadies)*
- jefe de *escenario (stage manager)*
- *production manager*
- *tour manager*
- *personal manager*
- asistente de producción
- jefe de vestuario
- encargado de la avanzada
- *runners* (trabajadores locales)
- personal de seguridad
- *manager*
- *booker*
- encargado de *merchandise* (promocionales)
- personal de seguridad
- otros asistentes
- director musical

- músicos
- coreógrafo
- bailarines
- acróbatas
- artista

El jefe de operaciones trabaja para el foro donde se presentan los conciertos. Es el gerente que se encarga de coordinar todos los servicios que se requieren por parte del foro para que se pueda realizar el concierto: desde los aspectos técnicos y de producción, hasta los relacionados con la seguridad, camerinos, taquilla, alimentos y bebidas, etcétera.

El *crew* local son todos los trabajadores del inmueble que dan servicio al equipo de producción: personal de limpieza, encargados de camerinos, personal de seguridad, de servicios generales del inmueble, entre otros.

El *crew chief* es la persona responsable de coordinar y asignar el trabajo que realizarán los cargadores, *stage hands*, operadores de montacargas, personal de limpieza, etc. Coordina los horarios, los cambios de turno, los descansos y es el responsable de supervisar la calidad de estas tareas.

Los trabajadores de catering son aquellos involucrados en preparar y servir los alimentos y bebidas para el equipo de producción. Por lo general se realizan tres comidas durante el día de producción: desayuno, comida y cena. Además, mantienen servido el servicio de café, para que el personal pueda servirse bebidas y refrigerios.

Production manager o el jefe de producción es la persona que tiene a cargo la producción del artista. Coordina todos los departamentos de producción. Es quien hace el diseño de producción y coordina que todo lo que se requiere localmente para cada producción esté listo y disponible.

Las responsabilidades del *tour manager* consisten en coordinar el transporte para todo el equipo de trabajo, para que estén en el lugar y la hora pertinentes, ya sea que los traslados sean por tierra, aire o mar; de país a país o dentro de las ciudades. Se encarga de coordinar el hospedaje y alimento de todos.

Por lo general elabora y distribuye entre todos los miembros del *crew* y la banda o con el artista las logísticas de la gira o los conciertos. También coordina otras actividades de los artistas o bandas, como entrevistas, giras de medios o demás compromisos. Se encarga de que los camerinos estén listos y supervisa algunos aspectos de la seguridad.

El *personal manager* se puede entender como el asistente personal de los artistas o las bandas. Aunque algunas veces se mezclan las actividades propias del *tour manager* con las del *personal manager*, o el primero se encarga de las tareas del segundo. El *personal manager* acompaña y coordina todas las actividades relacionadas con el artista o las bandas. Es el responsable de la puntualidad en todos sus compromisos y atiende cualquier necesidad que haya con los artistas o las bandas, siempre en comunicación con el personal de seguridad.

El asistente de producción trabaja muy de cerca tanto con el *tour manager* como con el *production manager*. Está siempre al pendiente de todos los aspectos de la producción y ayuda a resolver cualquier imprevisto o problema que surja con cualquiera de las áreas de producción.

Viajando uno o dos días antes de toda la producción se encuentra el encargado de la avanzada. Esta persona va revisando y planchando todos los detalles con los promotores y los encargados de la producción local para que cuando llegue todo el equipo técnico y de producción esté todo listo y se eviten contratiempos o imprevistos en el día de la producción.

Los *runners* son las personas que localmente apoyan con traslados de personal o con las compras que se tengan que hacer para la producción local. Procuran la seguridad y protección de los artistas y su equipo de trabajo durante los traslados, junto con el personal de seguridad de los recintos. Ellos se coordinan con las autoridades y con los equipos locales tanto traslados como operaciones para que estas se realicen con seguridad.

El *manager* es la persona encargada de llevar por buen camino la carrera y el trabajo de los artistas o las bandas. Busca promover a las bandas por medio de acuerdos o contratos con disqueras, editoras de música, marcas o patrocinadores.

Se encarga de buscar y conformar el mejor equipo de trabajo alrededor del artista: mercadotecnia, representantes, *bookers*, el equipo técnico y creativo arriba mencionado. Junto con el artista, el *manager* toma decisiones cruciales para el proyecto musical.

El *booker* es el encargado de vender los conciertos del artista o las bandas, ya sea buscando empresarios, promotores, llegando a acuerdos con foros, tratando de vender el show en festivales u organizando una gira entre todos los posibles interesados en participar o invertir en la gira.

Por último, el encargado del *merchandise* lleva a cabo la la venta y distribución de los artículos promocionales del artista: playeras, sudaderas, gorras, pines, calcomanías, parches y un largo etcétera. Esta persona ubica los mejores lugares para las ventas y contrata a los vendedores.

En términos generales, toda esta gente es parte de la producción de un concierto. Algunas veces se cuentan en más de cien personas, dependiendo del tamaño de la producción. La mayoría de las veces, este trabajo pasa inadvertido por quienes asisten a los conciertos.

Quisimos hacer este recuento para evidenciar la importancia que todas las áreas (especialmente del trabajo de producción), tienen para que un concierto pueda llevarse a cabo. La cantidad de empleos que genera esta industria se ha consolidado en un sector del cual dependen cientos de familias. Algunas veces, para los trabajadores locales implica varios días de trabajo la realización de un festival que a los asistentes les toma sólo algunas horas disfrutar.

Específicamente, el objeto de estudio para esta investigación lo conforman artistas y bandas de música original de género “alternativo” radicadas en el Área Metropolitana de Guadalajara con al menos tres años de trayectoria y que se encuentran activas (y, por supuesto, sus equipos de trabajo).

Realizamos un censo para saber cómo están integrados los equipos de trabajo de cada uno de los artistas y las bandas de música alternativa en el Área Metropolitana de Guadalajara en lo que se refiere a sus presentaciones en vivo. En estos proyectos, los equipos que trabajan en torno a las bandas y artistas se pueden llegar a conformar de la siguiente manera:

- *manager*
- *booker*
- *tour/personal manager*
- *production manager*
- ingeniero de sala
- ingeniero de monitores
- ingeniero de iluminación
- diseñador de visuales/multimedia
- *stage manager*
- *roadie*
- encargado del *merchandise*

Sin embargo, también hay proyectos que no cuentan de forma regular con el apoyo de uno o varios (a veces, ninguno) de los anteriores roles. En estos casos, los artistas se suelen apoyar del personal de planta de los foros o festivales. El trabajo que tiene que ver con el management y la venta de shows se realiza de forma autogestiva por parte de uno o todos los miembros del proyecto.

Del censo encontramos que la mayoría de las bandas viaja únicamente con un ingeniero de audio y un *roadie*. En promedio, las bandas viajan con cuatro personas de apoyo. Las bandas del censo que viajan con esta cantidad de personas lo hacen en trabajando en los cargos de *personal/tour manager*, ingeniero de sonido, ingeniero de iluminación o responsable de los visuales y como *roadie*.

La mayoría de estos proyectos no viaja con todo el equipo de producción necesario para el concierto, sino que lo subcontrata por parte de los promotores o los empresarios de manera local. A veces los recintos ya cuentan con los equipos de audio, iluminación y video. El tipo y tamaño de los foros varía con frecuencia, por lo que los shows cambian constantemente en cuanto al tamaño y diseño.

Por otro lado, una situación constante en estos proyectos musicales es que los integrantes del equipo realizan más de una tarea. Por ejemplo, el *stage manager* realiza además las tareas de *roadie*, o el ingeniero de sala es quien

realiza el trabajo como *production manager*. A pesar de esto, la cantidad de trabajo que se genera con los shows de las bandas originarias o radicadas en el AMG sigue siendo considerable.

2.3 La profesionalización técnicos, ingenieros, *stagehands*, *managers* y *riggers*

Ahora lo único que no es informal es eso de los pagos, que tenemos que estar dados de alta en el SAT y pagar un contador, pero lo demás es 100% informal. La seguridad, no hay seguridad. Yo siempre me he puesto a pensar: ¿qué pasa si vamos en una van y ahorita nos estampamos? Entiendo que hay una cierta “responsabilidad” (entre comillas) como de, ni siquiera verbal, porque no es algo, no es un tema que se toque con ninguna banda.

—Jorge “Oso” Espinoza, ingeniero de iluminación

Los trabajadores independientes detrás del escenario componen en nuestro país un sector de la población que hoy en día está cada vez más especializado y que poco a poco ha buscado nuevas plataformas de representación social y política. En el marco internacional, organizaciones como Touring Career Workshop y All Access, por mencionar solo un par en Estados Unidos, se encargan de conectar a los trabajadores con giras profesionales y asesores de salud mental, además de educar a este sector en cuestiones relacionadas con planes de jubilación, seguros de salud, impuestos y contabilidad (Los Angeles Times, 2020).

En México, el Sindicato Único de Trabajadores de la Música (SUTME); el movimiento No Vivimos del Aplauso, el Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Música de la República Mexicana; la naciente Cámara Mexicana de la Industria del Espectáculo y el Entretenimiento (CAMIEE), y el proyecto editorial Músicos en la Ciudad de México; son ejemplos de los organismos que surgen o se siguen reinventando para darle un rostro a este gremio que, por muchos años, ha permanecido en lo que muchos mal llaman “la informalidad”, pero que en realidad ha sido un entramado de condiciones culturales y laborales que se ha mantenido a la mayor parte de estos trabajadores en un esquema de prestación de servicios,

profesionalización no institucionalizada y una precariedad recalcitrante que no ha hecho más que evidenciarse tras meses y meses de paro laboral.

La historia de estos trabajadores en el AMG está profundamente enraizada con la aparición de la música alternativa local. Narra Miguel Torres en su libro *Guadalajara y el rock* (2002) que “la primera pieza de rock and roll que se tocó en vivo, en Guadalajara, [...] allá por el año de 1957” (p. 4). El grupo que hizo esa interpretación daría origen a la banda de Los Gibson Boys. A esta banda le precedieron otras bandas y artistas como Los Spiders, nombrados con frecuencia como los pioneros del rock en Guadalajara, Manolo Muñoz, Los Blue Boys, Los Tramps, Chester Blues Band, Los Neri, Los Blue Jeans, Fachada de Piedra o 39.4.

Estos grupos tocaban regularmente en casinos como el Casino Libanés, que se ubicaba en Avenida Vallarta, el Casino Español, Club de Leones Chapalita, La Alianza Francesa, Casino Venecia; en cafés cantantes como Metamorfosis, Café Ruta 66, Café Hullabaloo o el Éxodo; en fiestas particulares o en foros como el Teatro Experimental, el Auditorio del Estado (hoy Auditorio Benito Juárez) y la Concha Acústica del Parque Agua Azul.

La siguiente década vio crecer a proyectos como La Revolución de Emiliano Zapata, La Vida, Bandido, Toncho Pilatos, Praxis o Sombrero Verde. En esta década los foros en los que se presentaban las bandas en Guadalajara incluían a Lucifer Proyecta, Champagne a Go-Go, Los Globos, el Coliseo Olímpico, el Parque Mirador Independencia, la plaza de toros El Progreso, además de los ya mencionados. También era común tocar en los colegios o preparatorias de la Universidad de Guadalajara.

Tocar en la Concha Acústica (uno de los pocos foros que existían en la ciudad) era ya de otro nivel. Los Spiders tocaban con seis o siete bafles JBL con dos bocinas de 15” cada uno y un monitor, recuerda Tony Vierling en “Segunda Llamada”, entrevistado por Mauricio “Magú” Ramírez. La Revo armaba los toquines con tres amplificadores. “Antes no sé cómo hacíamos eventos tan grandes con tan poco equipo. Yo me acuerdo que sonaban. Yo creo que no estábamos tan sordos, ni los que trabajábamos en esto ni la gente que iba a los

eventos”, cuenta Guillermo “Memomix” Aceves, quien ha trabajado desde hace cuarenta años mezclando a bandas como Sombrero Verde o Montana, y más recientemente trabajando en producciones para distintos conciertos y festivales.

En estas primeras años, quienes trabajaban detrás de escena no eran *riggers*, *stagehands*, técnicos o ingenieros. En los inicios los llamaban “secres” o “chícharos”. Para muchos de ellos la música nació antes que las relaciones de trabajo: “Teníamos quince años y yo me colaba a los toquines a escondidas porque no dejaban entrar a menores de edad”, recuerda Armando “Rostro” Jiménez, quien ha trabajado como *production manager*, *stage manager* y *guitar tech* de grupos como Spiders, Rostros Ocultos, Cuca y Machingón.

“Los primeros ‘secres’ que traíamos eran gente que sabía conectar, que sabía algo de, no sé si llamarle electrónica, sabían soldar cables, te arreglaban los cables. No afinaban ni te agarraban una guitarra, como es ahora con el buen Rostro. Así yo creo que se movió durante todos los setenta”, dice Javier “Javi” Martín del Campo, integrante de La Revolución de Emiliano Zapata. Los ayudantes eran amigos de los artistas, iban sin cobrar. Algunos eran músicos, otros sólo querían ser parte de la escena. Hacían de todo: manejar, cargar y montar los equipos de iluminación y audio.

Los recursos y la tecnología disponible en la ciudad eran limitados. Las bandas y su crew tenían que fabricar sus propias bocinas con componentes que traían como fayuca desde Estados Unidos. Estos equipos eran obras artesanales. Los técnicos copiaban, como mejor podían, los modelos de bocina de las compañías americanas profesionales. Tampoco existían equipos de iluminación profesional en el mercado, por lo que se armaban lámparas con latas de chile y focos que eran controladas por medio consolas artesanales hechas con clavos, desarmadores y apagadores de luz.

En los setenta y ochenta no existían escuelas, Internet ni diplomados. “Encontré algunos libros de acústica, no tanto de audio en vivo, era de como hacer bocinas. Pero todo lo que podías ir recolectando e ir aprendiendo con los libros y aparte, en aquel tiempo, compré un analizador de audio y con eso nos podíamos a estudiar. Tratábamos de escuchar y ver lo que estaba pasando, lo que estaba

sucediendo. Nos tocó picar piedra”, recuerda Eduardo Sandoval, ingeniero de audio que ha trabajado con Maná y Alejandro Fernández.

Tengo una historia que todavía hoy la pienso y me hace sentir muy mal. Si ahora me pasara, yo creo que sería peor. Teníamos una consola de una marca que se llama Soundcraft, modelo 8000, estábamos en un evento en el hotel Fiesta Americana, estábamos con Eugenia León y venía un ingeniero que se llama Humberto Terán. Me tocó trabajar con él en ese momento y tuvimos un problema. Por qué también en ese momento no había un equipo eléctrico profesional, todo era hechizo. En aquella ocasión tuvimos un regreso de voltaje por la falta de la tierra física que quemó más de la mitad de la consola. Realmente quedaron como 15 canales funcionando.

Dijimos, “¿qué hacemos?” Terán, muy tranquilo, con todo el profesionalismo del mundo me dice: Lalo no te preocupes, cuantos canales funcionan.

- Estos.

- Va. Conéctame tales instrumentos, y con eso salió el show. Salió muy bien. Nadie se dio cuenta. Salió el evento y salió muy bien”

—Lalo Sandoval, ingeniero de audio (comunicación personal, 2020).

Quienes deseaban aprender a iluminar o mezclar audio debían conseguir libros y revistas especializados fuera del país. “Recuerdo una vez en el Patio del Cabañas, ahí le sonorizamos a Miguel Ríos, una vez. Chafísimos nosotros, pero era Miguel Ríos. [...] Va uno aprendiendo y ahí van las empresas a darse cuenta de que hay que realmente profesionalizarse”, dice “Magú”, quien ha mezclado a Spiders y Maná, y es actualmente *instructor senior* de seminarios de Meyer Sound. Fue él quien, en los noventa, fundó la primera escuela para técnicos de audio de la ciudad, Dynamix, con un programa llamado “Sonorización de música en vivo”.

De esta escuela egresaron los ingenieros de audio que dan vida a conciertos de artistas de la escena local como Siddhartha, Sabino, Caloncho, La Garfield, Alejandro Fernández o Maná. Posteriormente, compañías de audio como ACME, Pro Sound, Musical Express, Star Producciones y ProColor, algunas

derivadas de las tiendas de instrumentos y equipo con el mismo nombre, cubrieron la demanda de equipo profesional de audio, iluminación e instrumentos, lo que requirió de mayor capacitación y certificación por parte de los trabajadores de la industria. Lo que en un comienzo era un equipo de personas haciendo de todo con equipos caseros y artesanales, evolucionó a equipos de trabajo más grandes y especializados.

Las primeras compañías de renta de equipo para conciertos —como ProColor, Acme o Sonido MTV— no se quedaron atrás y empezaron a capacitar a su gente, sacando al ruedo a los primeros técnicos de audio capacitados. “Ahí aprendió Lalo Sandoval, ‘el Oso’, aprendió Heraclio, que era un morro. Fernando Albanés salió de ahí. Yo ya quería hacer una profesión de esto, y cuando no había chamba con Rostros yo me iba con ProSound. Con ellos hicimos la gira ‘Falta Amor’ de Maná dos años”, recuerda “el Rostro” Jiménez. Esa generación es hoy maestra y empleadora de quienes incursionan en la industria de la música como nuevos profesionales.

No es descabellado pensar que, con la revolución tecnológica y mercantil, que han cambiado por completo los equipos técnicos, las posibilidades de acceso a la información, la complejidad y posibilidades en los conciertos, la situación de los profesionales del espectáculo debería ser hoy radicalmente distinta a lo que fue en sus inicios. Esto sería una verdad a medias.

Es verdad que los roles de trabajo se han definido y especializado desde los inicios de la música alternativa en el AMG. Es cierto también que hoy las habilidades de estas personas les permiten manipular y operar equipos mucho más complejos que antes.

Lo que al parecer no ha cambiado en absoluto es la condición laboral de la gran mayoría de estas personas. La “informalidad”, que en realidad ni siquiera existe como tal. “La relación de trabajo no tiene que ver con que sea formal o informal. Se basa eminentemente sobre su esencia, que es la subordinación. Ahí donde exista una subordinación retribuida con el pago de un salario que se originó porque una materia del trabajo que es la prestación de un servicio determinado, ahí se origina la relación laboral. El empleado no es que exista ‘formalmente’ o

‘informalmente’”, comenta en entrevista Martín Mejía, abogado titular del área laboral del despacho HELT.

El artículo 12 de la Ley del Seguro Social, dice que en toda relación donde se generan cuatro condiciones: subordinación, retribución de un pago, materialidad del trabajo y relación entre dos personas (físicas o morales), el seguro social es un derecho irrenunciable. La Ley Federal del Trabajo (LFT) establece que las personas que laboran bajo estas cuatro condiciones entran en la condición de trabajadores y por lo tanto tienen derecho a prestaciones de ley y adquieren obligaciones y derechos con respecto a sus patrones. Los contratos de los trabajadores se extienden por tiempo indefinido.

Por otro lado, el prestador de servicios es una persona física o moral que presta un servicio intangible y de manera autónoma a otra persona física o moral. Esta actividad la presta con libertad de horarios y formas, siempre y cuando se cumplan los plazos y características de la entrega pactadas entre ambas personas. El prestador de servicios no tiene prestaciones de ley por parte de la persona que lo emplea, ni recibe un salario (periódico), sino que se le paga por honorarios (por evento, en el caso de la industria de la música). Asimismo, la prestación de servicios se realiza en el domicilio y con los medios que proporciona quien contrata. Los contratos de prestación de servicios se extienden por la temporalidad que requiera llevar a cabo la actividad por la cual se contrata al profesional.

Así, cuando los profesionales de los espectáculos se quejan de la “informalidad” que los tiene sin seguro social, goce de sueldo o respaldo alguno de sus empleadores (sobre todo ahora que se han quedado sin empleo indefinidamente), en realidad de lo que se quejan es de que quisieran pasar al esquema de trabajadores, no de prestadores de servicios, ya sea porque se les exige como trabajadores y no se les dan las prestaciones que corresponderían a ese trato, o porque han identificado que se vuelve imposible seguir laborando en un esquema tan desprotegido.

Algo es seguro: el covid-19 ha evidenciado que la situación laboral de este sector (que se mantiene prácticamente igual desde que el primer “secre” conectó un cable) es precaria, y para muchos, se ha vuelto insostenible.

2.4 El paro de los espectáculos por el covid-19

Desde el 17 de marzo estamos cerrados. Era un miércoles cuando empezaron a sonar los rumores de que probablemente se fuese a cesar actividades, que se iba a hacer cuarentena en Guadalajara, etc. [...] El día viernes a nosotros nos llega el aviso de que teníamos que cerrar.

—José Ruiz Velasco, director del Auditorio Charles Chaplin (comunicación personal, 2020).

El 30 de marzo el DOF anunció la cancelación oficial de todas las actividades no esenciales para enfrentar la pandemia provocada por el virus SARS-CoV2 en México. En Jalisco, esto implicó el cierre inmediato de teatros y foros, así como la cancelación o posposición de eventos en los mismos.

Once días antes de que se emitiera el comunicado, Cultura UDG ya había visto suspendidos o reprogramados 46 eventos. Igor Lozada, secretario de Vinculación y Difusión Cultural de la UDG, reflexionaba que, a pesar de no tener una cifra exacta del impacto económico que el aislamiento traería a la ciudadanía, sin duda habría que considerar que “la mayoría de los creativos viven al día con las ganancias inmediatas de los espectáculos que ofrecen, por lo que tendrán que replantearse nuevas dinámicas y relación entre la misma comunidad artística y la disposición del público para pagar un boleto” (Lozada, 2020).

Como respuesta a esta situación, el 7 de abril Cultura UDG y FIMPro lanzaron la plataforma México Covid-19, la cual ofrecería “herramientas académicas, información para obtener fondos de apoyo, espacios para escuchar música y noticias e ideas que se están realizando en el mundo para enfrentar esta crisis del coronavirus” (Universidad de Guadalajara, 2020). En su sitio oficial musicamexicocovid19.com lanzaron una encuesta de libre acceso para medir el impacto del covid-19 para los artistas y sus equipos de trabajo.

A un mes del paro de actividades el panorama internacional de la industria de la música empezó a dar signos de una organización colectiva. En Argentina surgieron serenatas de balcón a balcón, canciones colectivas vía Zoom, conciertos online, archivos musicales, nuevos discos y videoclips. La Asociación Civil de *Managers* Musicales Argentinos (ACMMA) contó 500 mil trabajadores y trabajadoras de la industria musical y afirmó que habría una pérdida estimada para los próximos tres meses de 1407,25 millones de pesos.

En México las primeras movilizaciones empezaron a aparecer en los medios de comunicación una semana más tarde. MAS+ (Multidisciplina, Arte y Sociedad) y Urtext Digital Classics, con apoyo del Fondo para Organizaciones No Gubernamentales de Google, lanzaron el 1 de mayo la campaña Juntos por la Música, con la intención de crear un fondo de solidaridad para apoyar a los profesionales de la música.

Por su parte, los Jalacables —un “colectivo de producción detrás del espectáculo que se dedican a la instalación de cableado, sonido, iluminación y video” (Flores, 2020)— dijeron el 5 de mayo (en medio de una manifestación en la que solicitaban al gobierno de Jalisco apoyo para enfrentar el desempleo por la contingencia) que en esta entidad el paro de las actividades presenciales del sector cultura ha afectado a cerca de 2,800 trabajadores (El Informador, 2020).

Medios como *Mural* mencionaban “cientos de familias” afectadas y hablaban de los millones de “artistas y trabajadores del arte —técnicos, taquilleros, vigilantes, personal de limpieza, custodios, acomodadores, librereros— no sólo la suspensión de sus proyectos, sino la drástica pérdida de sus ingresos” (Volpi, 2020). Ese mismo día, Flor Amargo, cantautora y música mexicana se sumaba a la recaudación “Altísimo Live! Music and Pop Culture Festival”, un evento de ayuda a los jornaleros estadounidenses afectados por el coronavirus (El Universal, 2020).

El 9 de mayo *El Economista* hizo un recuento de las indemnizaciones que la Ley Federal de Trabajo establece como un apoyo a los trabajadores que suspendieron sus actividades laborales por la pandemia: “Para el caso de suspensión temporal por fuerza mayor será la autoridad quien determine el monto

de indemnización sobre la base del salario del trabajador o trabajadora hasta por un mes” (art. 429 y 430 de la LFT). Desafortunadamente, la mayor parte de quienes trabajan en la industria de los espectáculos lo hacen como prestadores de servicios, y como ya se ha mencionado, en esta condición no pueden acceder a este tipo de apoyos y carecen de prestaciones de ley.

El 26 de mayo Spotify lanzó en un comunicado de prensa —en el que se dio a conocer su alianza con la plataforma Música México Covid-19 para apoyar económicamente a este sector hasta una contribución global de 10 millones de pesos (El Economista, 2020)—, la cifra de al menos cuarenta puestos laborales asociados a la música que tuvieron que parar sus operaciones antes que cualquier otro sector por la pandemia.

Como esta, varias otras alternativas e iniciativas han emergido desde el ámbito privado y la propia comunidad musical ante los recortes de los presupuestos gubernamentales destinados al arte y la cultura —que parecieran querer “desmantelar” de plano a estos sectores (Volpi, 2020)— y la falta de ingresos por la cancelación de los eventos en vivo. “Gran parte de los ingresos que se generan son a partir de la venta de boletos”, dice Cortina (2020).

A lo largo de estos meses, se han realizado recaudaciones de despensas para artistas y trabajadores de los espectáculos en varios estados de la República (Ochoa, 2020). Plataformas digitales —como la ya mencionada Música México Covid-19—; se lanzaron convocatorias como SumArte en Casa, del Gobierno de Jalisco, que ofrece hasta 8 mil pesos por persona a quienes han perdido su trabajo en el sector de la música; se han realizado cantidad de conciertos y campañas de apoyo para eventos musicales y culturales monetarizados vía *streaming* —como la iniciativa Reactivación del Entretenimiento y Música en México, REMM (González, 2020)— e incluso iniciativas para conducir por la ciudad y presenciar shows en vivo desde balcones, cocheras o escaparates de tiendas —como el National Arts Drive— (RAW).

De igual manera, en el plano latinoamericano se activaron diferentes impulsos para apoyar las actividades culturales y a quienes trabajan en ellas. Cuba inició una transmisión conjunta de conciertos *online*, Panamá lanzó “Mi

Cultura en Casa” (para sintonizar por televisión y redes sociales conciertos, obras de teatro, danza, etc.) y Portugal creó un correo electrónico de apoyo a entidades artísticas, artistas y técnico, por mencionar algunos proyectos (Organización de Estados Iberoamericanos OEI, 2020).

El panorama es ambiguo. Conforme avanzan los días de cuarentena, algunos actores lanzan especulaciones. La Segob anunciaba el 31 de mayo que el paro laboral duraría hasta el 30 de abril. *El Informador*, al 29 de mayo del 2020, preveía un posible regreso de los espectáculos en vivo en julio de 2020 (con 50% o menos de aforo). A comienzos de junio de ese mismo año el Plan Jalisco para la Reactivación Económica no contenía todavía ninguna propuesta específica para los sectores de entretenimiento, arte y cultura; tan sólo la indicación de que bares, centros nocturnos, o centros de entretenimiento permanecieran cerrados hasta nuevo aviso y la mención de una posible reactivación del consumo cultural (“educación y entretenimiento”) en el mes de octubre.

Nadie tiene certidumbre de nada. [...] Nosotros decíamos ilusamente ‘en junio o julio podremos tal vez reactivar actividades’ y pues no. De repente nos fuimos acomodando a decir: ‘No, movamos los eventos para septiembre, octubre’ y ahora ya estamos en noviembre, diciembre... [...] Tenemos paradas no solamente las unidades de negocio del teatro, no es solamente el espacio que se renta para que otros promotores vengan y hagan sus eventos. [...] Cuando hay eventos se activan otras unidades de negocios, como es la venta de alimentos y bebidas, [...] si vendes artículos promocionales... Entonces, la base de todos nuestros demás negocios es que sucedan eventos en vivo.

—Karla Zapata, coordinadora general del Centro Cultural Teatro Diana (comunicación personal, 2020).

A pesar de que para junio ya se han llevado a cabo algunos eventos musicales masivos a escala mundial (como el concierto “Form Days”, en Rumania, realizado el 1 de junio bajo estrictas medidas de distanciamiento social y al aire libre), en Jalisco no existe todavía un esquema de reactivación. Ante esto, el 13 de junio promotores de espectáculos de Concerts–Shows y Festival Akamba Festival

Roxy (entre muchos otros), pidieron una fecha para activar los conciertos, así como la condonación del Impuesto Sobre Espectáculos Públicos (ISEP) al 100 por ciento para lo que resta del 2020 y el año 2021 (*El Informador*, 2020).

Para fines del rastreo de eventos agendados se tomó en cuenta un universo de 54 bandas y artistas locales de música original alternativa (rock, pop, ska, metal y derivados), que fueron los primeros que identificamos (después agregamos tres más que no entraron ya en estas gráficas por cuestiones de tiempo. Por medio de sus páginas de Facebook, se obtuvo el número de eventos que cada banda o artista tiene agendados para 2019 y 2020.

En la gráfica 2 se muestra cuántos eventos agendó cada proyecto para todo el año 2019. En la gráfica 3 puede observarse una comparativa entre los eventos que tenían agendados para el primer semestre (enero–junio) del 2019, en color rojo, y los que agendaron para el primer semestre del 2020, en color naranja.

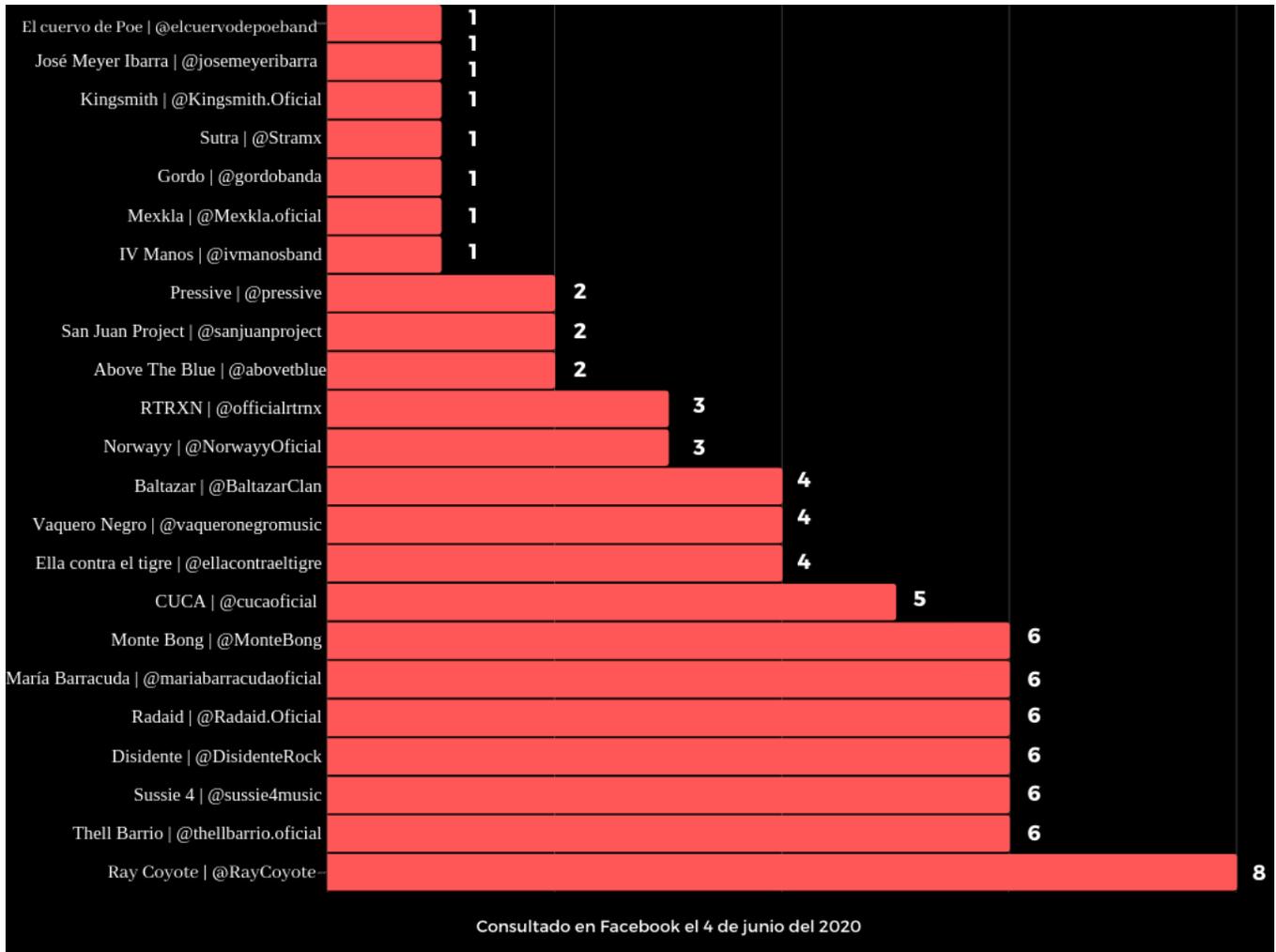
En este conteo se tomaron en cuenta todos los eventos agendados en Facebook por las bandas de nuestro universo de estudio, sin importar si éstos se cancelaron o no. Asimismo, se incluyó todo tipo de eventos: conciertos en vivo, conciertos online, firmas de autógrafos, etc.

La disminución de los eventos que puede visualizarse en el primer semestre de 2020 es evidente. Varios de los que se contaron aparecían con letreros de “pospuesto” y similares. Debajo de esta punta del iceberg se esconde el paro de una cadena de valor —mucho más grande que los artistas y bandas mismos— ligada a las presentaciones en vivo.

Con la llegada del covid–19 cientos de crews que viven de los conciertos en vivo han perdido sus empleos por tiempo indefinido. En medio del paro de actividades multitudinarias por la pandemia muchos de ellos se preguntan cómo afrontarán las desventuras económicas e, incluso, la posibilidad de contagiarse y no tener atención médica. “La industria de la música en esta parte donde yo me desenvuelvo, que es el rock; no es muy formal, entonces no existe esto de los contratos, del seguro social, prestaciones, vacaciones pagadas, todo eso [...] en esta industria no existe. Si el grupo [...] te diera de alta en el seguro social, si tuvieras un contrato, realmente sí sería un grupo que tome en serio su empresa y

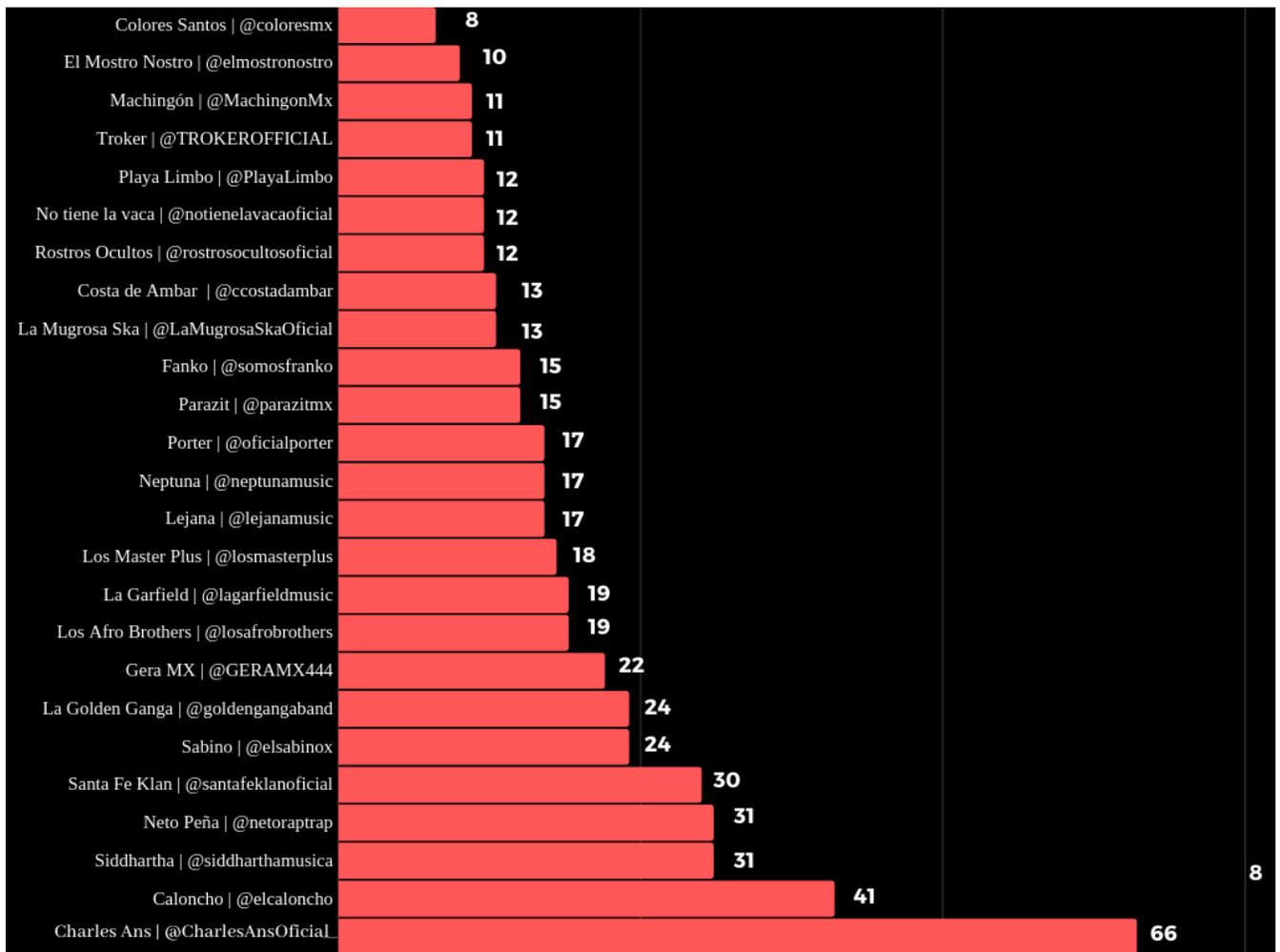
lo ve como un negocio, como una empresa, no solamente como un grupo que se para y toca, realmente como un profesional, que creo que es lo que ha hecho Maná y otras bandas”, dice Rodolfo “Rudolf” González, *production manager* e ingeniero de audio de Azul Violeta, Cuca Vaquero Negro y Caloncho.

Gráfica 2. Eventos agendados por las bandas locales del AMG 2019. Parte I



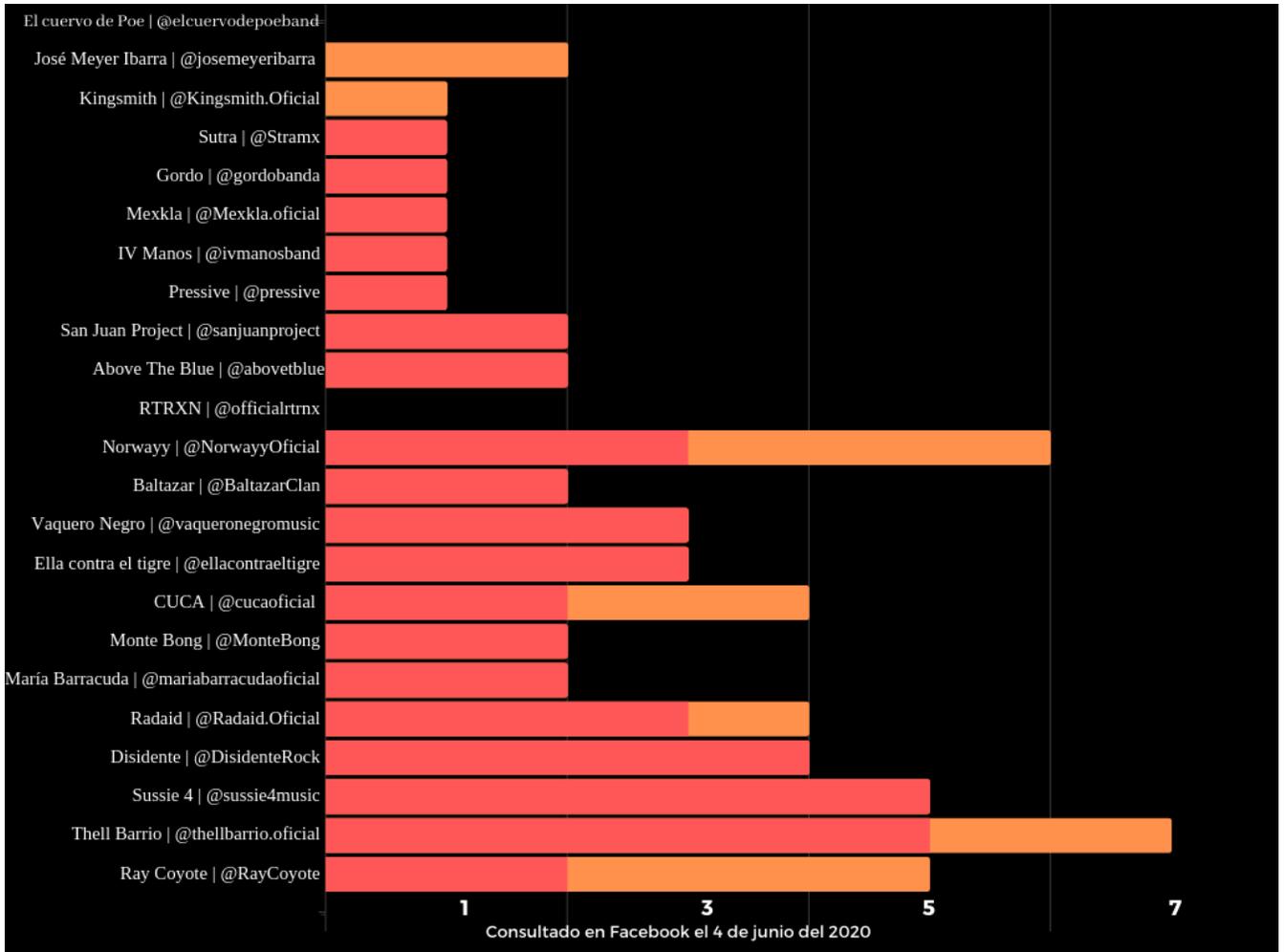
Información obtenida de las páginas de Facebook de cada artista o banda.

Gráfica 2. Eventos agendados por las bandas locales del AMG 2019. Parte II



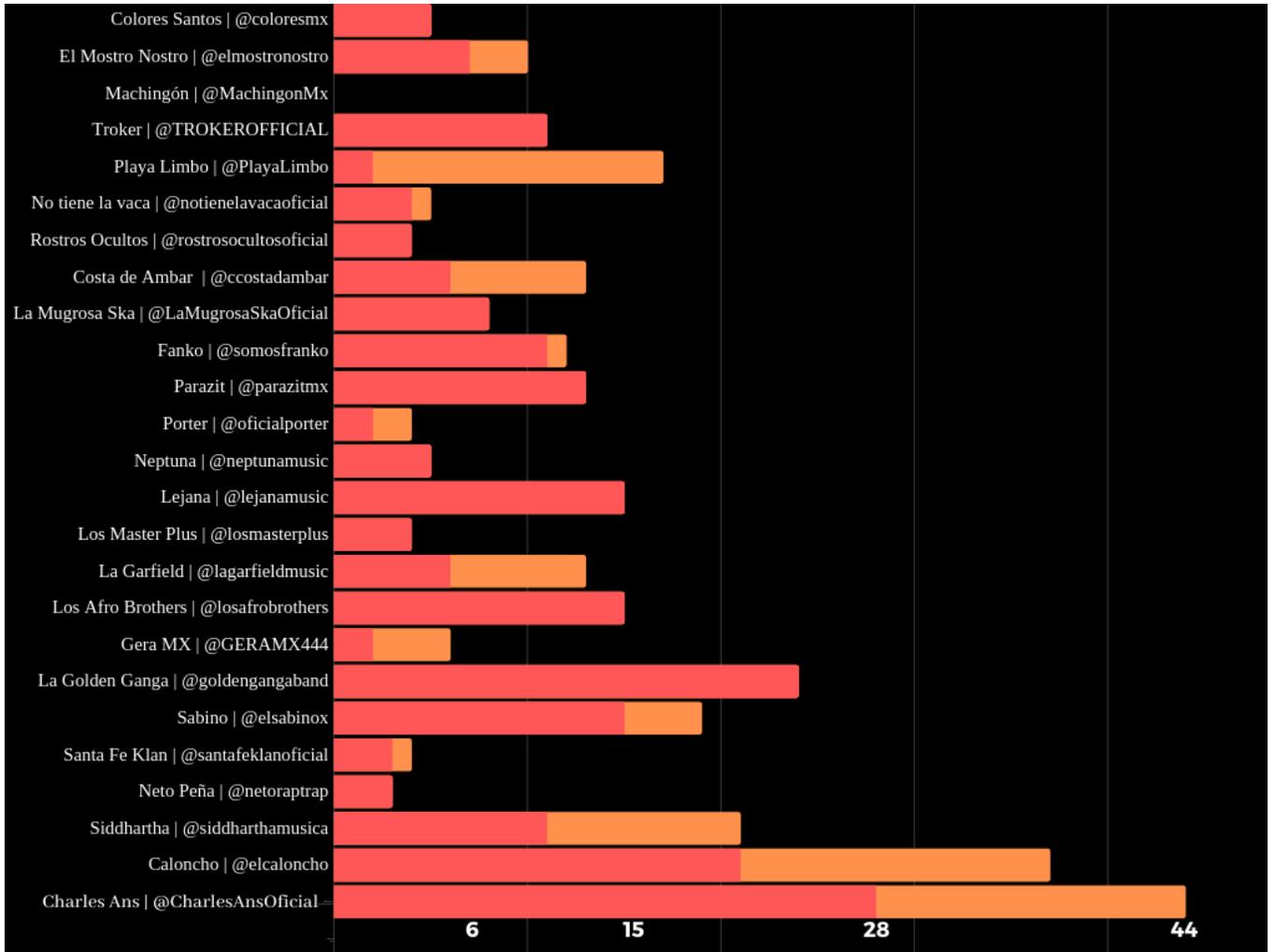
Información obtenida de las páginas de Facebook de cada artista o banda.

Gráfica 3. Eventos agendados para el primer semestre del 2019 por las bandas locales del AMG vs eventos agendados para el primer semestre del 2020 por las bandas locales del AMG. Parte I



Información obtenida de las páginas de Facebook de cada artista o banda.

Gráfica 3. Eventos agendados para el primer semestre del 2019 por las bandas locales del AMG vs eventos agendados para el primer semestre del 2020 por las bandas locales del AMG. Parte II



Información obtenida de las páginas de Facebook de cada artista o banda.

La pandemia no ha hecho más que visibilizar una situación que no puede seguir ocultándose: estas personas existen y gracias a ellas una gran parte de la economía local se mueve; de ellas dependen familias y, hoy más que nunca, necesitan reinventarse.

2.5 Descripción y descubrimientos del Censo

Para nuestra investigación una de las primeras cosas que hicimos fue delimitar nuestro objeto de estudio, ya que tratar de investigar el impacto del covid-19 toda la industria de los conciertos en el Área Metropolitana de Guadalajara sería imposible en un periodo de investigación de siete semanas, pues la diversidad de géneros musicales que existen en esta región es amplia, y la cantidad de proyectos que se desarrollan en cada uno de estos géneros musicales es grande..

Por tal motivo, con la intención de realizar un trabajo que pueda abonar un poco a la comprensión de esta tan complicada industria, decidimos acotar nuestra investigación a aquellos géneros que se pueden catalogar dentro del adjetivo de “música alternativa” (que ya hemos definido con anterioridad), aunque somos conscientes del riesgo que implica definir a los géneros musicales y los proyectos que los representan, pues algunas veces algunas bandas o artistas navegan con bandera de música alternativa, pero bien pudieran ser catalogados como música pop.

Los criterios para definir nuestro universo de estudio fueron los siguientes:

1. No pertenecer a la música tradicional mexicana, es decir, la música de mariachi, la música norteña, la banda o tambora sinaloense y los géneros derivados de los anteriores como el norteño-banda.
2. Que no fueran representativos de géneros tradicionales o folklórica como los sones jarochos o la música prehispánica
3. Que no fueran representativos de música orquestal tradicional ni música de baile de salón. La música culta, académica o también denominada clásica y sus intérpretes quedó fuera de nuestro objeto de estudio. Los músicos, bandas o artistas del género balada, música romántica y similares también fueron excluidos.

Para hablar de música alternativa en Guadalajara es necesario viajar a finales de la década de los cincuenta cuando apareció el rock como el género que

rompió con la música establecida, representativa o socialmente aceptada en esa época, así como con ideologías. Por tal motivo utilizamos este género como representativo de la música alternativa. Posteriormente la música fue evolucionando y aparecieron otros géneros con la misma idea de romper, precisamente, con lo socialmente aceptado o establecido (como el punk, el hip-hop o más recientemente el indie, que nació como una alternativa al control que las disqueras ejercían sobre la industria de la música).

Nuestro objeto de estudio, pues, son artistas o bandas de música original pertenecientes a géneros de música alternativa radicados en el Área Metropolitana de Guadalajara con más de tres años de trayectoria o que formen parte de la escena independiente.

Para estudiarlos realizamos un censo con el cual queríamos saber, además de cuáles proyectos conforman nuestro universo de estudio, la cantidad de personas que integran estos proyectos y la cantidad de personas que trabajan con éstos en lo que se refiere a las presentaciones o conciertos en vivo, desde cuestiones de *management* hasta aspectos técnicos.

Identificamos a un total de 57 proyectos, entre bandas y músicos con carrera como solistas, listados a continuación:

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. Above The Blue | 13. El Mostro Nostro |
| 2. Baltazar | 14. El Personal |
| 3. Beneath The Horror | 15. Ella contra el tigre |
| 4. Bloodfield | 16. Fanko |
| 5. Caloncho | 17. Gera MX |
| 6. Charles Ans | 18. Gordo |
| 7. Cobra Kai | 19. Insertion Loss |
| 8. Colores Santos | 20. IV Manos |
| 9. Costa de Ambar | 21. José Meyer Ibarra |
| 10. CUCA | 22. Kingsmith |
| 11. Disidente | 23. La Dosis |
| 12. El cuervo de Poe | 24. La Garfield |

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 25. La Golden Ganga | 42. Porter |
| 26. La Mugrosa Ska | 43. Pressive |
| 27. Lejana | 44. Radaid |
| 28. Los Afro Brothers | 45. Ray Coyote |
| 29. Los Master Plus | 46. Rostros Ocultos |
| 30. Machingón | 47. RTRXN |
| 31. Maena | 48. Sabino |
| 32. María Barracuda | 49. San Juan Project |
| 33. Medical Negligence | 50. Santa Fe Klan |
| 34. Monte Bong | 51. Siddhartha |
| 35. Nata | 52. Sussie 4 |
| 36. Neptuna | 53. Sutra |
| 37. Neto Peña | 54. The Polar Dream |
| 38. Niza Buenrostro | 55. Thell Barrio |
| 39. No tiene la vaca | 56. Troker |
| 40. Norwayy | 57. Vaquero Negro |
| 41. Parazit | |

Solamente hay tres proyectos con mujeres como solistas, y proyectos solistas de hombres hay ocho, en tanto que proyectos integrados únicamente por mujeres son dos; proyectos liderados por mujeres sólo hay uno, y proyectos en los que participan mujeres son once. Los demás proyectos son integrados únicamente por hombres: 32. El promedio de integrantes por proyecto es de cinco integrantes. El proyecto con menos integrantes es de tres personas y el proyecto que más músicos en escenario se forma por once elementos.

Somos conscientes de que quizá omitimos algunos proyectos, pero a pesar de preguntarle tanto a integrantes de las bandas mencionados, como a sus equipos de trabajo, no identificamos más.

Únicamente nos fue posible establecer comunicación con miembros de 45 de estos proyectos, desde los cuales generamos la información para el censo, en el que descubrimos cómo se configuran en lo que se refiere a recursos humanos,

es decir, cuánta gente trabaja con cada proyecto en sus conciertos y presentaciones en vivo.

Del censo se desprende la siguiente información:

- 26 proyectos cuentan con *management* independiente de los miembros de la banda o proyecto. Los demás proyectos esta función la lleva algún miembro del proyecto o todos en conjunto. Un solo *manager* maneja a cuatro bandas. Del resto, ningún otro *manager* maneja a más de un proyecto.
- 30 proyectos manejan el *booking* con agentes externos a los miembros de la banda. En algunos casos el mismo *manager* es el que se encarga de esa actividad, en otros, además del manager colaboran con agencias de booking, otros proyectos manejan el *booking* con distintos agentes simultáneamente y el resto lo gestionan directamente los proyectos, ya sea asignada esta actividad a un solo integrante, o entre todos.
- Sólo 12 proyectos trabajan con *personal manager*. El resto no cuenta con ese servicio.
- Ocho proyectos giran con *tour manager*. En unos casos el *personal manager* es quien realiza esta tarea y en otros solo viajan con el *tour manager*.
- 42 de los proyectos trabajan con ingeniero de sala. Sólo nueve proyectos trabajan con ingeniero de monitores. Algunos ingenieros trabajan con diferentes proyectos. El que trabaja con más proyectos lo hace en cinco proyectos.
- 18 proyectos trabajan con iluminador para sus presentaciones. Un iluminador trabaja con cuatro proyectos diferentes.
- En trece proyectos trabajan con *production manager*. En dos de la persona que desempeña esta tarea no realiza ninguna otra actividad. En el resto, esta tarea la realiza algún otro miembro del equipo de trabajo.
- 30 bandas trabajan con *stage manager*. 19 bandas viajan además del *stage manager* con un *roadie*, y en ocho proyectos viajan sólo con un *roadie*.

- Once proyectos viajan con un encargado o responsable del contenido multimedia o visuales. El técnico de escenario que trabaja para más proyectos lo hace con cinco.
- Para seis proyectos es indispensable viajar con un fotógrafo.
- El proyecto que gira para sus conciertos con más personal lo hace con diez personas. El que menos lo hace viaja con una persona. Dos bandas viajan sin personal que los apoye y cubren sus necesidades técnicas con los trabajadores locales de los foros o festivales en los que se presentan y las gestiones para la logística recae en los mismos miembros del proyecto.
- El promedio de miembros por banda es de cinco músicos.
- El promedio de personas que trabajan como crew acompañando y asistiendo a las bandas o artistas del Área Metropolitana de Guadalajara es de 4.6 personas.
- 208 empleos⁹ para el personal que apoya y/o acompaña a las bandas y artistas se generan si todas las bandas tienen una presentación. Aunque, como ya se mencionó, varios ingenieros de audio o iluminación, así como técnicos de escenario, o encargados de los visuales trabajan con diferentes proyectos. Cuando más de un proyecto con los que trabajan se presenta en un mismo día, lo que hacen es mandar a una persona como suplente, por lo que el empleo no se pierde o no se deja de realizar esa actividad laboral.

3. Encuesta

3.1. Descripción

Como herramienta metodológica para recopilar los datos que nos permitieron cartografiar la situación actual de los trabajadores de la industria, decidimos elaborar una encuesta en Google Forms, plataforma que provee Google y que permite enviar, por medio de un link, formularios elaborados y diseñados para responderse en línea desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

⁹ Empleos o fuentes de ingreso. Aunque algunos managers no viajan a todas las presentaciones de los artistas, cada presentación sí representa o genera ingresos para los managers de los artistas.

El medio que utilizamos para compartir ese cuestionario fue Whatsapp. El censo que describimos en el apartado anterior nos sirvió para distribuir este cuestionario a una o dos personas que sirvieron como contacto principal con el universo de 45 que tomamos como muestra de los proyectos artísticos locales independientes del AMG. Estas personas nos hicieron el favor de enviar el hipervínculo a los miembros de los proyectos artísticos locales, profesionales que se dedican a todos los niveles del trabajo que debe hacerse para hacer posibles los conciertos en vivo (desde la logística y comunicación, hasta el montaje de los eventos).

Así, se distribuyó la encuesta desde el 23 de junio hasta el 5 de julio, junto con dos flyers que se enviaron a manera de invitación y recordatorio a quienes componían nuestro universo de estudio. A lo largo de este tiempo, se obtuvieron 63 respuestas. La encuesta fue totalmente anónima.

La encuesta se dividió en tres grandes apartados que englobaron varias preguntas. A continuación presentamos un desglose de éstas.

Información general

En esta sección solicitamos a las personas encuestadas que nos indicaran su sexo (mujer, hombre u otro), su edad, el municipio o ciudad en el que vive, el cargo que desempeñan dentro de los conciertos (artista solista, músico miembro de una banda, músico de soporte, *manager*, *booker*, *personal manager*, *tour manager*, productor(a) *production manager*, ingeniero de audio, ingeniero de iluminación, visuales/ multimedia y *stage manager*, con la opción de responder en la categoría de “otro” y de seleccionar más de un cargo). A continuación, se pide a las personas que hagan una breve descripción de su cargo.

Estudios y preparación profesional

Aquí se le solicitó a las personas que indicaran su grado máximo de estudios. Después de esto, se les preguntó —si sus estudios eran profesionales (licenciatura o posgrado)— si estos estudios están relacionados con su trabajo en la industria de los conciertos, así como el lugar en el que estudiaron.

En la siguiente parte se pidió a quienes no estudiaron profesionalmente nada relacionado con su trabajo en los conciertos, que indicaran en dónde adquirieron sus habilidades y conocimientos para desempeñarse en esta área, teniendo las opciones de respuesta: autodidacta, clases particulares con maestros, cursos o talleres, academias de música, tutoriales y la casilla disponible de “otra”. En este apartado, también podían elegir más de una respuesta.

La siguiente pregunta fue si se capacitan regularmente con lo relacionado a su trabajo en los conciertos. Se preguntó también por las áreas específicas de capacitación. Para finalizar esta sección, se cuestionó a los encuestados sobre si consideran o no que en el AMG existe una oferta suficiente de educación y capacitación para su desempeño en la industria de los conciertos. Se pidió a los encuestados que indicaran las áreas en las que consideran que hace falta mayor oferta de capacitación.

Ingresos y gastos

En esta sección se pidió que indicaran en pesos mexicanos su ingreso mensual personal promedio, así como el porcentaje de este ingreso proveniente de sus labores en la industria de la música y, a su vez, el porcentaje de que viene específicamente de sus labores en conciertos. Asimismo, preguntamos por el número de conciertos que estos profesionales realizan anualmente (que les representen un ingreso) y les pedimos respondieran cuánto dinero se les paga por evento (en promedio). Preguntamos si, además de los conciertos, las personas encuestadas se desempeñan en alguna otra actividad dentro de la industria de la música que les genere un ingreso y les pedimos que compartieran cuáles actividad(es) son esas.

Se preguntó también cuántas personas dependen económicamente de las personas encuestadas, si tienen mascotas, si pagan renta por su vivienda y/o por algún negocio o local, si cuentan con los servicios básicos en sus viviendas (agua, energía eléctrica, gas y drenaje), si cuentan con servicio de Internet, si tienen vehículo propio, si pagan algún crédito o préstamo bancario y si, derivada de esta contingencia, se les ha generado alguna deuda.

Gastos

En este apartado buscamos saber cómo se ha modificado el gasto mensual regular de los encuestados a raíz del paro de actividades y el confinamiento provocado por el covid-19. De esta forma, incluimos las siguientes instrucciones:

- 1) Si tu gasto mensual aumentó escribe el signo de más (+) seguido de la cantidad de dinero que aumentó. Ejemplo: +500.
- 2) Si tu gasto mensual disminuyó escribe el signo de menos (-) seguido de la cantidad de dinero que disminuyó. Ejemplo: -500.
- 3) Si tu gasto mensual se mantuvo igual deja la respuesta en blanco.
- 4) Si suspendiste o eliminaste el pago o el gasto escribe una X.

Los parámetros que se incluyeron fueron: renta de vivienda; renta de local o negocio; sueldos de empleados; gastos de mantenimiento (ferretería / fontanería / electricidad / servicios técnicos / albañilería); servicios básicos (agua / luz / gas); telefonía fija, móvil e internet; servicios de streaming (Netflix, Spotify, Amazon Prime), cable o satélite; alimentos; productos de limpieza; ropa, zapatos y accesorios; salud (servicios médicos, medicamentos); belleza / higiene personal; transporte / vehículos; comida en restaurantes / servicio a domicilio; viajes; libros / revistas / películas / discos / vinilos; educación / capacitación / colegiaturas / clases particulares; artículos para el hogar / electrodomésticos / electrónica / etc; juguetes / artículos deportivos; y mascotas.

Condiciones laborales

En esta sección se preguntó a los encuestados si estudian y trabajan o solamente estudian. También se les pidió que respondieran si su trabajo lo desempeñan únicamente en la industria de la música o si alternan sus actividades laborales con otras actividades.

Se pidió a los encuestados que indicaran si, en el área específica de los conciertos, se desempeñan como empleadores, patronos empleados, trabajadores independientes u otro, con la posibilidad de seleccionar más de una sección. Se

solicitó también que respondieran si trabajan en uno o más proyectos, dando como opción máxima la de “más de cinco proyectos”.

Otra de las preguntas fue si los encuestados están inscritos en el Seguro Social, y si es así, por medio de qué o quién están asegurados (su trabajo en la música, por su trabajo en otro sector, por su propia cuenta, por medio de un familiar u otro). Se preguntó también si cuentan con algún seguro particular de gastos médicos, si cuentan con fondo de ahorro para el retiro y si están inscritos en el Infonavit.

En cuanto a la organización gremial, se pidió a los encuestados que respondieran si están o no afiliados a algún sindicato u organización gremial de la música (se les preguntó a cuál o cuáles, en caso de pertenecer a alguno). Se les cuestionó también sobre si conocen o no la diferencia entre ser un prestador de servicios y un trabajador. A continuación se les pidió que contestaran si en su trabajo en los conciertos:

- a) Se les exige una jornada (es decir, una hora específica de llegada y una de salida)
- b) Tienen que acatar órdenes de algún superior
- c) Desempeñan únicamente las actividades relacionadas con su puesto o cargo, o se les exige que realicen otras actividades que no tienen que ver con éstos
- d) Se les retribuye con un salario (fijo) de manera periódica (semanal, mensual, quincenal) o les pagan por evento
- e) Se les exige exclusividad (es decir, que trabajen únicamente en un proyecto musical o una banda)
- f) Consideran que son trabajadores o prestadores de servicios

En la parte final de este apartado se solicitó a los encuestados que indicaran si de su sueldo mensual se les descuenta alguna cuota o impuesto y, de ser así, a qué impuestos o cuotas corresponden estas retenciones salariales. Se preguntó también si están dados de alta en el SAT y si emiten facturas o recibos de honorarios por su trabajo en los conciertos .

Contingencia sanitaria

En este apartado final se solicitó a los encuestados que indicaran si continúan trabajando en alguna actividad remunerada en la industria de la música desde que comenzó la contingencia sanitaria por covid-19, y, de ser así, en cuál(es). La siguiente pregunta fue si están trabajando en alguna actividad remunerada fuera de la industria de la música desde que comenzó la contingencia. De igual manera, se les pidió indicar en cuál(es), de ser positiva su respuesta.

A continuación se les pidió que respondieran si han recibido algún pago por concepto de regalías, licencias, patrocinios o explotación de imagen durante la contingencia sanitaria (y, en caso de haberlo hecho, se les pidió indicaran en cuál o cuáles). La siguiente pregunta fue si han recibido apoyo económico por parte de su jefe o empleador en la industria de la música desde que comenzó la contingencia. Se preguntó también por el número de conciertos que han cancelado o pospuesto al mes de junio de 2020 por la pandemia y se inquirió sobre la forma en la que están cubriendo sus gastos (con las opciones de respuesta “con mi trabajo en la industria de la música”, “con mi trabajo fuera de la industria de la música”, “con mis ahorros” y “por medio de un préstamo”).

También sobre la cuestión financiera de estos profesionales se preguntó si han solicitado algún apoyo monetario o en especie privado o gubernamental durante la contingencia (y cuál o cuáles, en caso de haberlo hecho). Se inquirió también si han recibido algún apoyo de éstos y se preguntó cuál(es). Se les solicitó que respondieran si desde que comenzó la contingencia han formado parte de nuevas redes de trabajo o se han vinculado laboralmente con otros proyectos, espacios, instituciones, etc. con la intención de continuar generando ingresos en la industria de la música. Se pidió que aclararan con qué tipo de actores (otros artistas, plataformas de streaming, instituciones públicas, instituciones privadas, proveedores, etc.).

De igual forma, se preguntó si desde que comenzó la contingencia han formado parte de algún colectivo o agrupación que genere estrategias de apoyo mutuo o que solicite apoyos o representación frente a instituciones públicas o privadas para mejorar las condiciones de la industria de la música (y, de ser así,

cuál o cuáles colectivos y con qué propósito).

Se inquirió sobre qué medidas consideran las personas encuestadas que son necesarias para reactivar y mejorar la situación de la industria de la música en este tiempo de contingencia, así como lo que consideran que pueden aportar los miembros de la industria de la música para que esta situación mejore. Se les pidió que estimaran cuándo creen que se reactivará la industria de los conciertos y se les preguntó si, dada la situación actual, han considerado cambiar de giro o actividad económica permanentemente.

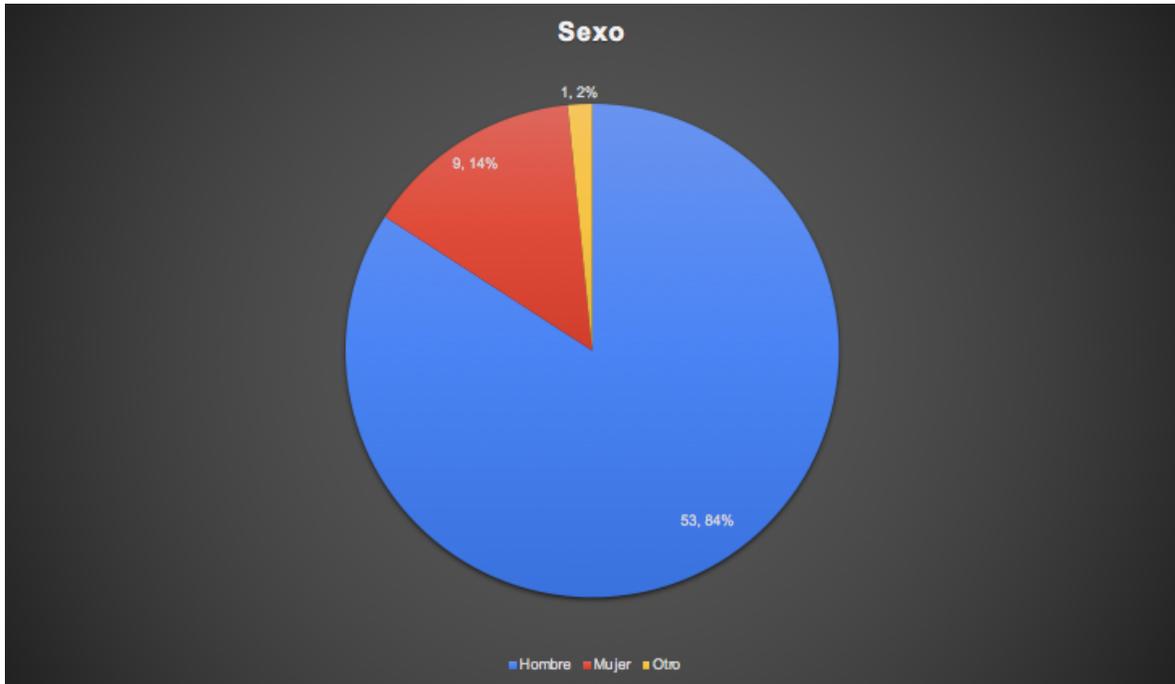
Finalmente, se preguntó a los encuestados si se han contagiado de covid-19 (con las opciones de respuesta “sí”, “no” y “no estoy segur@”), si (en caso de haber respondido afirmativamente) requirieron atención médica u hospitalización y si pudieron recibirla.

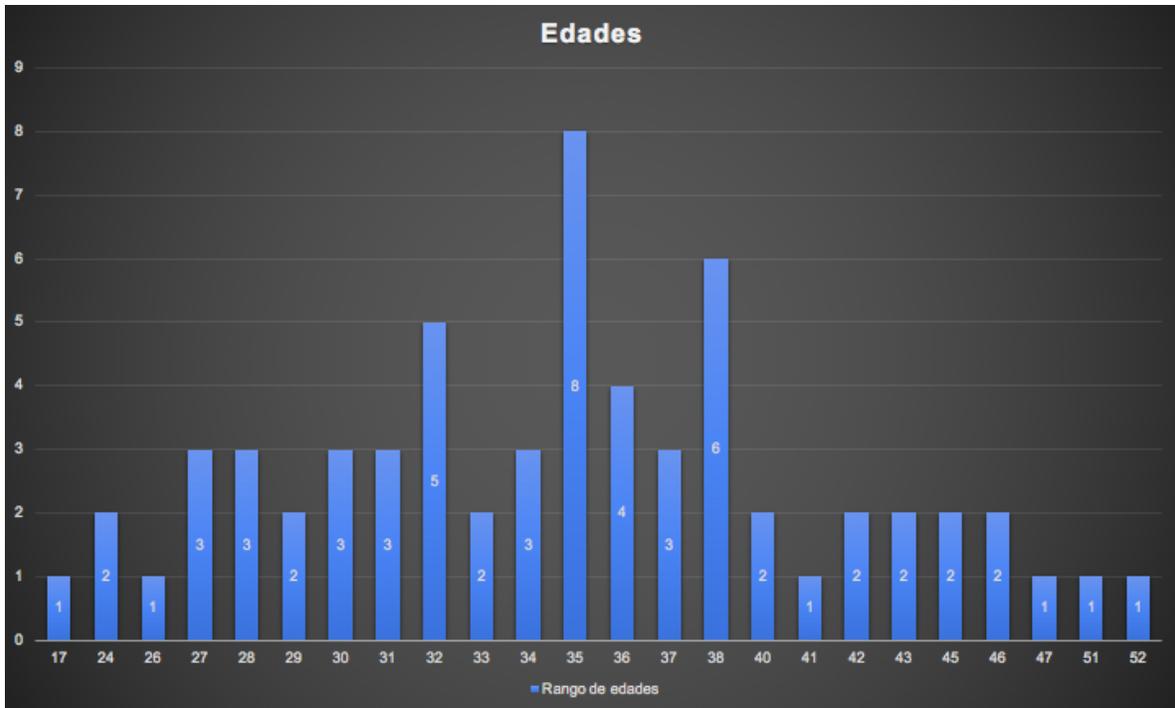
Como puede verse, el estudio que hicimos fue bastante extenso, por lo que nos enfocamos en sistematizar únicamente los cruces de datos que consideramos más relevantes para responder a la pregunta general de esta investigación: ¿cómo ha impactado el paro laboral por covid-19 a los profesionales de la industria de los conciertos?

Del total de personas que respondieron la encuesta 53 (84%) fueron hombres, nueve (14%) fueron mujeres y una persona respondió “otro”. Esto coincide con la participación de las mujeres en la industria de los conciertos como miembros de las agrupaciones. Es evidente que en el AMG la participación de las mujeres en estas actividades es muy poca.

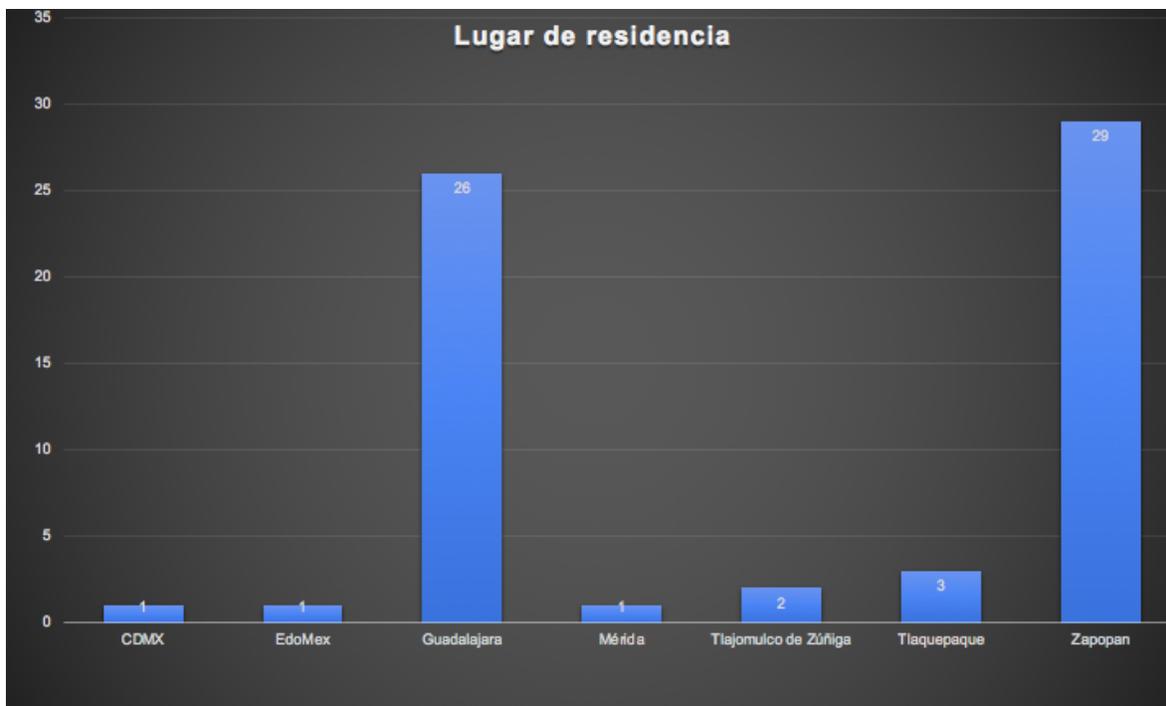
3.2. Resultados de la encuesta

Información general





Entre los 32 y los 38 años se encuentran la mayor cantidad de personas trabajando en la industria de los conciertos, sean éstas músicos o parte de los equipos de trabajo de los proyectos. En general la participación de todos los rangos de edades es similar. El que menor edad tiene cuenta con 17 años y el mayor, con 52.



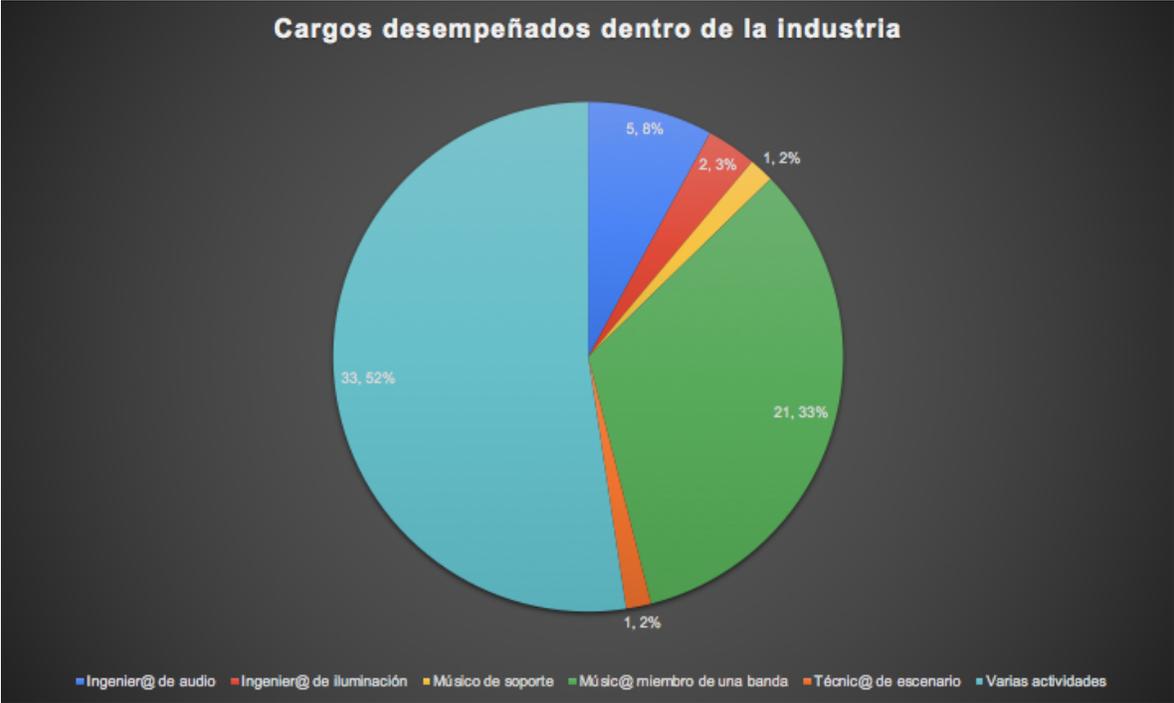
De los músicos o colaboradores de las bandas encuestadas que radican y tienen su base en esta ciudad, tres de las 63 personas que respondieron la encuesta viven fuera del AMG. Los municipios del AMG los que tienen como residentes a más trabajadores de esta industria son Guadalajara y Zapopan, siendo el segundo el que más residentes tiene. Los demás municipios del AMG casi no cuentan con residentes que participen de esta actividad. Esto, claro, en lo que se refiere a conciertos de proyectos de música alternativa.

Algunos de los proyectos trabajan con agencias o con colaboradores que radican en el Área Metropolitana de la Ciudad de México. Varias de las agencias de *management* y *booking* con las que colaboran los proyectos tapatíos se localizan en dicha región. Entre las agencias que aparecieron en el censo se encuentran Los Manejadores, *Managers* Anónimos, Entertainmex, Arca Producciones, M2C, LennonMX, TSM, etc. También ingenieros y técnicos que laboran con proyectos del AMG radican por allá. Porter, por ejemplo, trabaja con una agencia del AMCM y, de las diez personas que conforman su equipo de trabajo, seis viven en aquella ciudad.

Este fenómeno ha sucedido desde los orígenes de la música alternativa en

Guadalajara. Los grupos de Rock de las décadas de los setenta, como La Revolución de Emiliano Zapata y Toncho Pilatos tenían *managers* de la Ciudad de México. Así lo hicieron también Maná, quienes trabajaron con Mildred Villafañe. En la Ciudad de México fue donde surgieron los primeros managers de la industria de la música, pues era ahí en donde se encontraban las disqueras más fuertes. Además de los proyectos mencionados, Armando “Rostro” Jiménez nombró durante su entrevista a managers como Jorge “el Gordo” Mondragón, Fabrizio Onetto “Mopri” o Marusa Reyes, manager de Caifanes. Para él “ella fue la que empezó como a ser el boom de este pedo [*el management*]” (2020).

La mayoría de los proyectos trabajan con *managers*, personal técnico y con agencias radicados en el AMG, como lo son Altiplano, Tres Vinyl, Galápagos y Alzada. Sin embargo, una buena parte de los proyectos autogestionan las actividades relacionadas con el management y el booking. Identificamos 15 proyectos que lo hacen de esta manera.



Las personas que se dedican a una sola actividad dentro de la industria de los conciertos lo hacen como músico miembro de una banda (21, 33%), como

ingeniero de sonido (5, 8%), ingeniero de iluminación (2, 3%), como técnico de escenario (1, 2%) o como músico de soporte (1, 2%); en total 30 personas. De las personas que se dedican a una sola actividad dentro de la industria de los conciertos únicamente ocho personas generan el 100% de sus ingresos de esta actividad. El resto combina su trabajo en la industria de los conciertos con actividades en otros sectores.

El resto (33 personas) alterna en varias actividades dentro de la industria de los conciertos. Las combinaciones fueron muy variadas. Algunos músicos forman parte de una o varias bandas, son músicos de soporte o tienen proyectos solistas. Otros músicos se dedican también a otras actividades técnicas o de *management*, o las personas que trabajan apoyando a los proyectos desempeñan varias actividades, desde *management* hasta labores técnicas. En entrevista Manuel Orozco nos dijo que “hay que hacerle a muchas cosas. Es difícil dedicarte ahorita a hacer una sola cosa y ser exitoso” (2020). En el mismo sentido, Francisco Ramírez (quien además de trabajar en la industria de la música labora en otro sector, del cual obtiene las prestaciones que no recibe por trabajar en la industria de los conciertos), nos contó que para generar el ingreso que recibe por su trabajo en los dos sectores únicamente de la música, tendría que, además del trabajo con las bandas, alternarlo “con Backline, o tal vez de stage hand cargando tarimas, ya no así de técnico como tal sino yéndose a otros ramos, diversificar pues” (2020). Estas son las razones que nos hacen entender el por qué tantos miembros de este sector realizan diversas actividades dentro de la industria.

Esto demuestra lo complejo que son los esquemas de trabajo dentro de la industria de los conciertos, así como la situación de multiempleo que se refleja en la diversidad de actividades que realizan quienes forman parte de este sector. Esto dificulta la tarea de analizar o estudiar las actividades específicas de esta industria, su organización y la manera en la que se conforman y operan.

Estudios y preparación profesional



De las personas que participaron en la encuesta, cuatro cuentan con estudios de posgrado; tres cuartas partes cuentan con una licenciatura; 10% cursó

una carrera técnica y para cinco personas el grado máximo de estudios es la preparatoria.

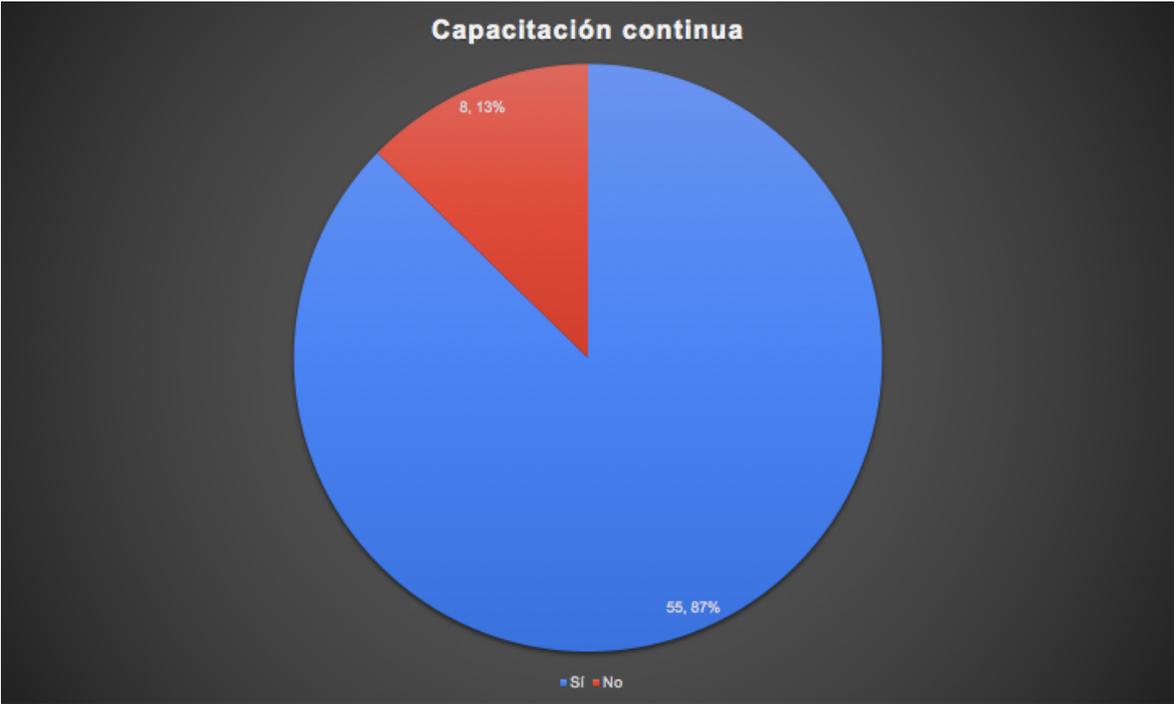
Once de las personas que señalaron haber estudiado únicamente el bachillerato o una carrera técnica, dos se desempeñan únicamente como músicos, uno alterna entre ser músico y a una actividad relacionada con la parte técnica de los conciertos y los ocho restantes se dedican exclusivamente a cuestiones técnicas o de logística para los conciertos.

De las personas que consideran que cursaron estudios profesionales, el 62% lo hizo en una disciplina no relacionada con su trabajo dentro de la industria de la música o los conciertos; 10% sí se especializó en música o en su trabajo dentro de la industria y 20% realizó estudios tanto en una disciplina vinculada a los conciertos como en otra disciplina. Tres de los encuestados que realizaron sus estudios profesionales relacionados a la música, estudiaron en el extranjero.

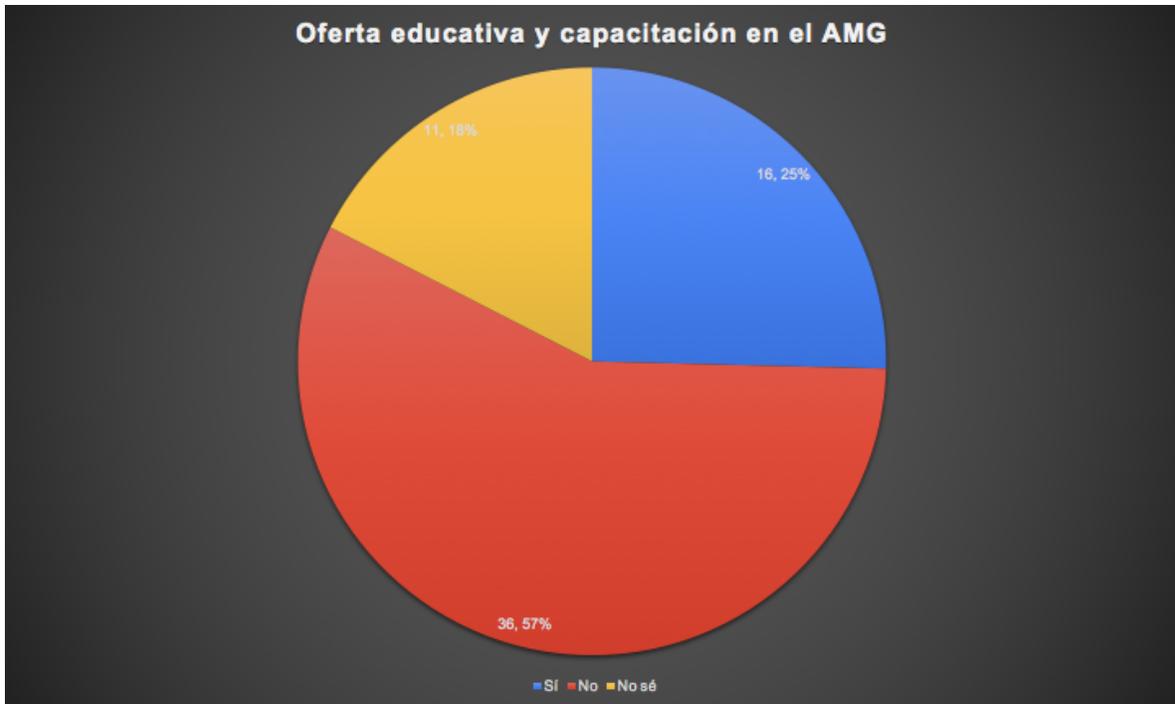
Los números no coinciden entre los que respondieron que estudiaron licenciatura o posgrado *versus* aquellos que indicaron que sus estudios profesionales están o no relacionados con su actividad en la industria de los conciertos. En cuanto a quienes no realizaron estudios profesionales relacionados con su trabajo dentro de la industria de los conciertos, diez de ellos aprendieron de forma totalmente autodidacta y 16 tomaron clases, ya sea particulares o en alguna academia; algunos músicos y técnicos se capacitaron a través de cursos y talleres, siendo los segundos los que recurren más a este tipo de capacitación.

Aunque no tenemos posibilidad de saber, en el caso de los que estudiaron dos disciplinas diferentes, cuál fue primero, estas estadísticas nos recuerdan las frases célebres de los padres: “mejor estudia otra cosa antes de dedicarte a la música” o “pero como músico no vas a vivir”. También nos hace recordar el gusto y la pasión por la música que todos nuestros entrevistados mencionan como el motor o el detonante que provocó la decisión de trabajar o dedicarse a una actividad relacionada con los conciertos: “Yo creo que el amor y gusto por la música lo mantuve por este lado”, dice uno de los *stage managers* entrevistados, que dejó su carrera de música inconclusa y se dedicó al trabajo en los conciertos detrás de escena.

Otro caso es el de Ignacio Pérez, quien estudió la Licenciatura en Administración de Empresas y además estudió en Dynamix para convertirse en operador de audio. Desde entonces no ha dejado de trabajar en la industria de los conciertos. Un caso más es el de Guillermo “Memomix”, quien estudió Licenciatura en Derecho, la cual ejerció durante un tiempo en Los Cabos y en la Ciudad de México, pero una vez regresó a Guadalajara, se dedicó de lleno a trabajar en actividades relacionadas con los conciertos.



El 87% de los encuestados se capacita regularmente. De los músicos que se actualizan, sólo cuatro lo hacen en música y el resto lo hace en otras materias o ámbitos como mercadotecnia, cuestiones legales, aspectos técnicos de los equipos y temas relacionados con el *booking* y *management* o a manejo de redes sociales. Quienes se desarrollan en la parte técnica sí se especializan en sus áreas profesionales. Las ocho personas que indicaron no actualizarse se desempeñan solo como músicos.



A la pregunta de si consideraban que en el AMG existe suficiente oferta de capacitación y educación para su desarrollo y desempeño dentro de la industria de los conciertos, 57% respondió que no y 18% que no sabía.

Después preguntamos sobre las áreas que hace falta mayor capacitación. La mayoría de las respuestas están relacionados a aspectos técnicos como producción y *rigging*; de promoción como mercadotecnia, publicidad, *management*, *booking* y gestión de proyectos, gestión cultural o negocios de la música. También se mencionó lo relacionado con temas legales y administrativos.

Situación económica

De las 63 personas que respondieron el cuestionario no se tomaron en cuenta ocho respuestas que no concordaban con la información que se pedía en el apartado de “ingreso mensual promedio” (respuestas que indican, por ejemplo, que la persona gana cantidades mensuales, en pesos mexicanos, que van desde los 0 hasta los 100 al mes, y una en la que la persona indicó que su ingreso mensual es de 400,000, por lo que nos pareció sospechosa para ser computable).

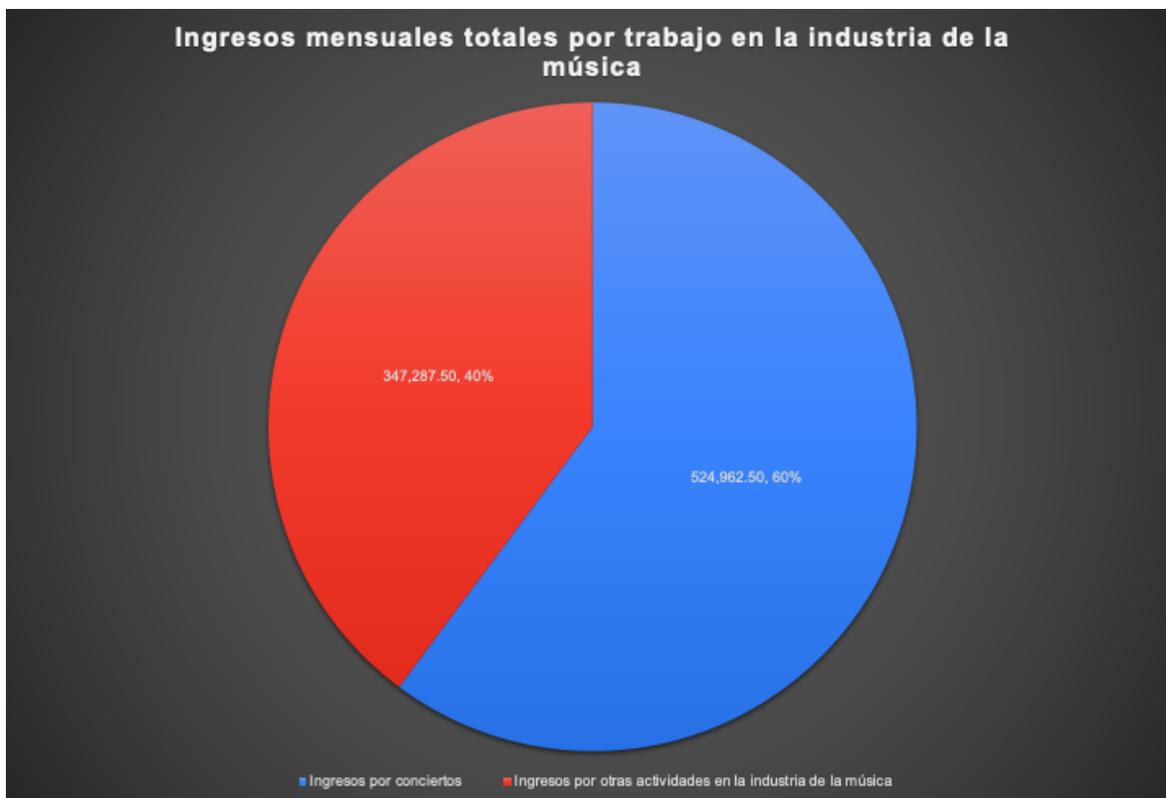
De las 55 respuestas que quedaron, se obtuvo una cantidad total de

1,433,000 correspondientes al salario mensual promedio de quienes laboran en este sector, siendo de 26,054 lo que cada uno ganaría al mes (en promedio).

En cuanto a la cantidad de dinero neto que todos los encuestados obtienen exclusivamente de sus actividades en la música, eliminamos un total de doce respuestas que no coincidían con la información que solicitábamos (respondían que de la industria de la música obtenían 0% o 1% de sus ingresos).

Encontramos que el total de ingresos mensuales provenientes de las actividades en la industria de la música de las 51 personas restantes suma la cantidad de 872,250, dando un promedio de 17,102.94 por persona. De este dinero, 524,962.5 corresponde a los ingresos totales que generan al mes exclusivamente por sus actividades en conciertos. En promedio, los profesionales de la industria de los conciertos reciben 4,616 por evento. Al respecto, Rodolfo “Rudolf” González, *production manager* e ingeniero de audio que ha trabajado con bandas como Azul Violeta, de La Siguiete Página y Cuca:

La evolución de los sueldos ha sido muy lenta, porque los sueldos de los músicos subieron, las ventas de las bandas fueron mucho mayor, y los sueldos no subieron en proporción. Guadalajara es una ciudad en donde no pagan tan bien como en la Ciudad de México, o Monterrey, pero también la forma de vida aquí es más barata que en la Ciudad de México o Monterrey, entonces también va a como de la mano ese pedo.



Estas cantidades se dividen entre las ganancias por conciertos y los ingresos por “otras actividades dentro de la industria musical”.¹⁰ Como puede verse, más del 50% de los ingresos de los trabajadores de la industria de la música provienen de conciertos. Este es el momento en el que guardamos un minuto de silencio por estos profesionales que inspiraron nuestras ganas de emprender esta investigación:

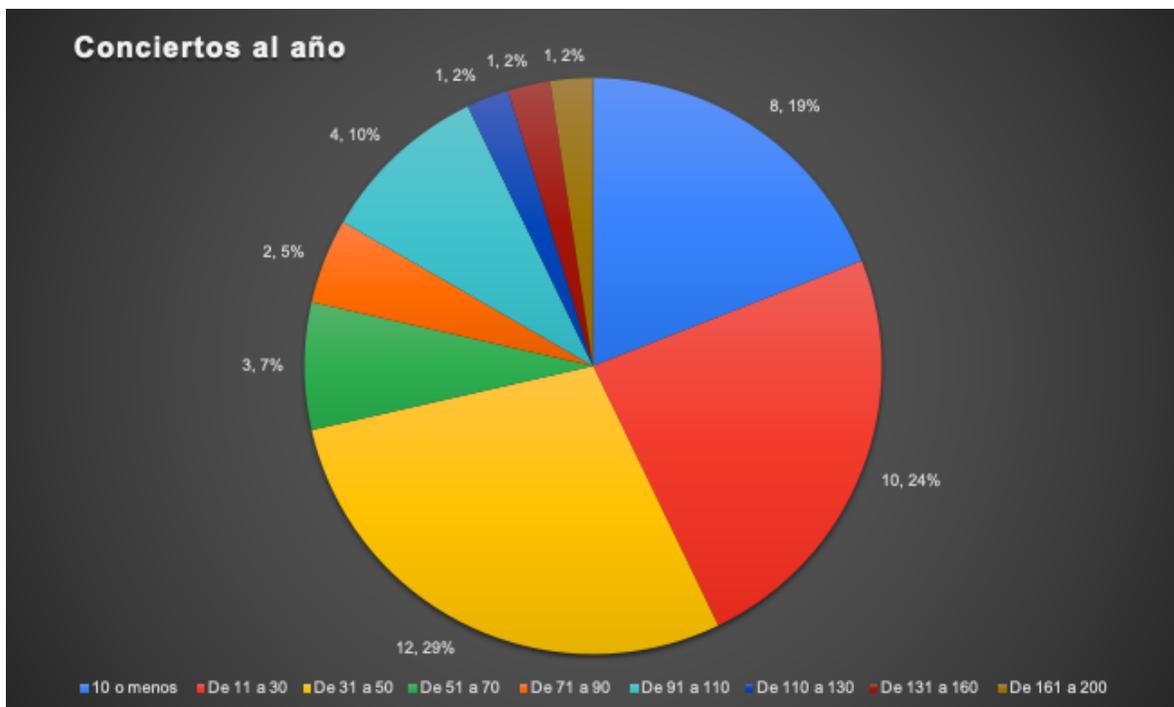
La música en vivo, los conciertos, que realmente generan muchísimos ingresos, manejan muchísima gente, mucha gente vive de ser técnicos de audio, de video o stage hands, o los teatros, etc. Cualquier show que hay en vivo, hay una cantidad de

¹⁰ Entre estas actividades mencionaron mantenimiento y renta de instrumentos, equipo o *backline*; fotografía; logística, *management* y producción de conciertos, ponencias, eventos privados y festivales; arreglos, producción y composición musical; actividades académicas; diseño; docencia; marketing; trabajo en radio; composición de jingles y otras actividades relacionadas con ganancia de regalías; trabajo para organismos gubernamentales y trabajo en estudios de grabación.

gente trabajando detrás de todo esto. Y bueno, el impacto es muy grande, muy fuerte, muy duro. Yo creo que puede haber hasta empresas que lleguen a tronar con esto. Ahora sí que vamos a ver quiénes podemos lograr quedarnos en esto. Porque va a tardar en recuperarse, y yo creo que va a haber gente o empresas que no van a lograr recuperarse porque el impacto es muy fuerte.

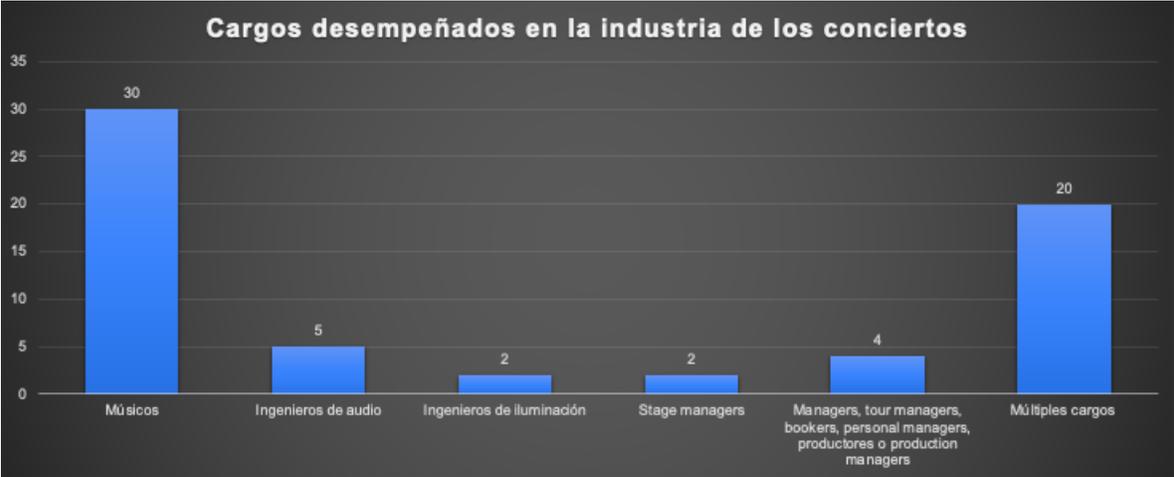
—Eduardo Sandoval, ingeniero de audio de proyectos como Siddhartha y Disidente, 2020.

Ahora bien, dos personas indicaron en sus respuestas que no trabajan en ningún concierto al año (patrón que más adelante se repite al momento de preguntar por las ganancias mensuales por concierto. Hubo una persona que indicó que gana cero pesos por los conciertos, a pesar de que antes respondió que 50% de sus ingresos de la música corresponden a lo que gana en conciertos). Estas respuestas no se tomaron en cuenta para el conteo de los ingresos del sector por concierto, que se presenta a continuación. Interpretamos que quienes respondieron así prefirieron no indicar la cifra de sus ingresos.

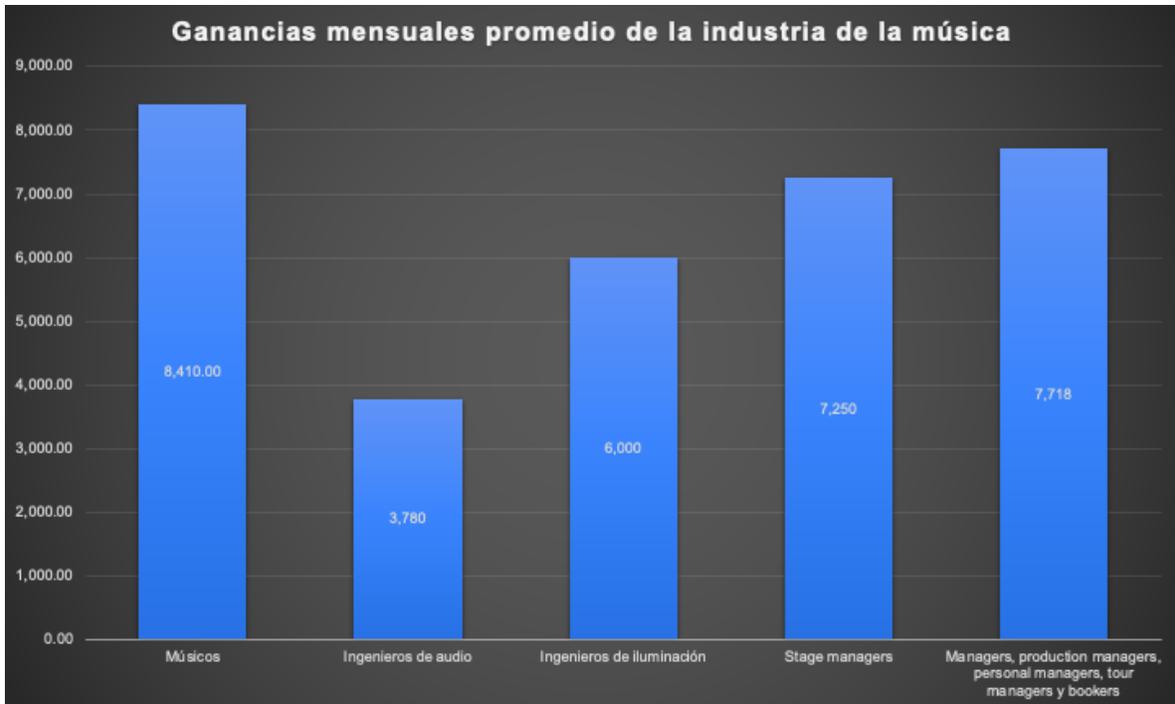


De las 63 personas que respondieron el cuestionario 19 desempeñan múltiples funciones en los eventos en vivo. Ejemplo de esto son los trece músicos que además trabajan como *managers*, *stage managers*, *community managers*, *production managers*, *tour managers* e inclusive ingenieros de audio (estas trece personas alternan la música con uno o más cargos de los anteriormente mencionados). También están los seis productores que además son ingenieros de audio, ingenieros de iluminación, *tour managers*, *personal managers*, *stage managers* e incluso como encargados de los visuales o el contenido multimedia.

A continuación se muestra un gráfico de los cargos (o tipos de cargo, como lo son los *managers*, *tour managers*, *bookers*, *personal managers*, productores o *production managers*, que se ocupan de la logística de los eventos desde distintas trincheras) y quienes desempeñan varios cargos distintos en los proyectos musicales donde trabajan:



Aquí la distribución de los ingresos mensuales promedio que los distintos actores perciben por su trabajo industria en la música:



En cuanto a las ganancias mensuales promedio por concierto, así es como se distribuyen por cargo:



La presencia de los *managers* en el puesto número uno de las ganancias más altas nos hace recordar lo que nos comentaba Manuel Orozco (2020), músico y productor, en entrevista: “Todos los músicos y los que andan ahí, pues, pagados. Yo creo que excepto el *manager* (el que se queda con el dinero), excepto él y a lo mejor el asistente personal... todos los demás están por evento, ¿eh?”.

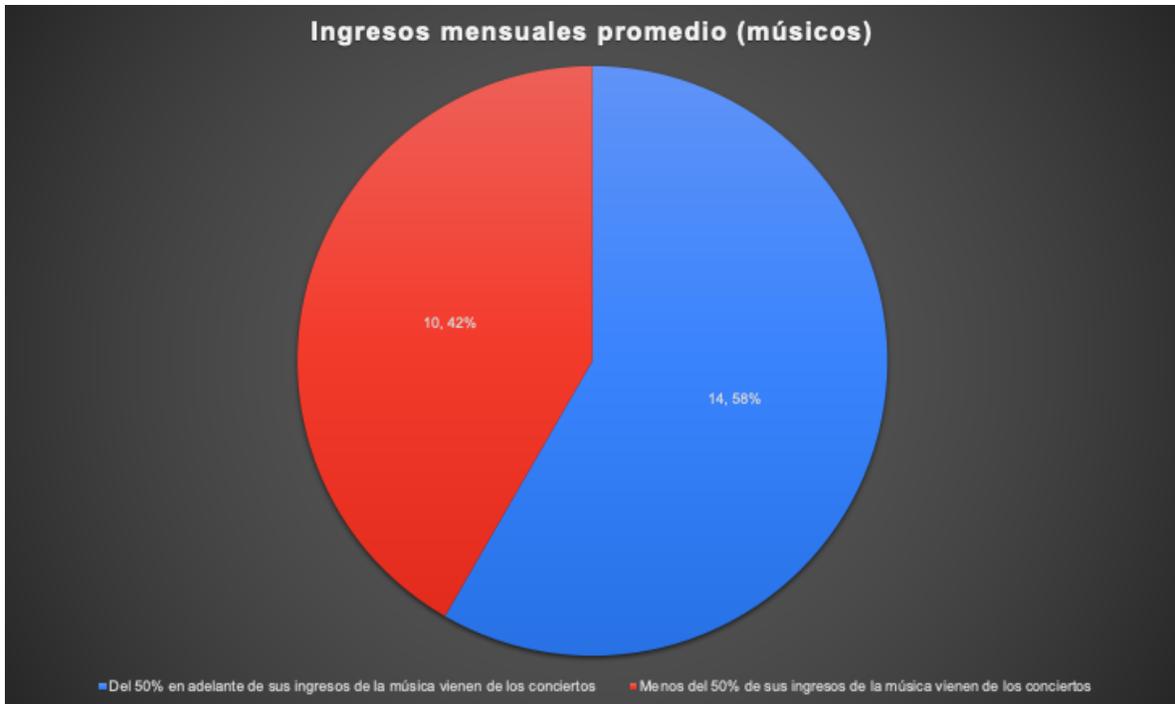
Pongámosle una lupa a la distribución de los ingresos por cada cargo.

Músicos

De las treinta personas que respondieron que se dedican exclusivamente a la música (ya sea como solistas, músicos miembros de una banda o músicos de soporte), se eliminaron cuatro respuestas que no coincidían con los datos que se les solicitaban. Así, tomando en cuenta las respuestas de 26 personas, se contó un total de 663,000 pesos de sus ingresos mensuales promedio, siendo 6,000 la cantidad de dinero de quienes menos ingresos perciben y 90,000 la cantidad de quien más dinero percibe. En promedio, según las cifras que nos aportaron, los músicos ganan 25,500 al mes. Del total de ingresos mensuales, 252,300 corresponden al total de los ingresos que perciben por su trabajo en la industria de la música, dando un promedio de 11,468.18 por músico.

Al momento de medir la cantidad de ingresos por conciertos, aparecieron inconsistencias en las respuestas. Por ejemplo, seis músicos indicaron que no perciben porcentaje alguno de sus ingresos por su trabajo en conciertos. Uno más dijo que sólo percibe 1% de sus ingresos por medio de shows. Esto resulta bastante extraño dada la pertenencia de estos artistas a bandas locales (que, evidentemente, se presentan en vivo). Estas respuestas se eliminaron del conteo.

Por sus actividades exclusivas en conciertos, los veinte músicos restantes generan un ingreso mensual total de 82,915 pesos. El que más gana por evento, percibe 22,000, mientras que el que menor ingresos tiene por evento gana 1,000. En promedio, los músicos reciben 4,350 por evento.

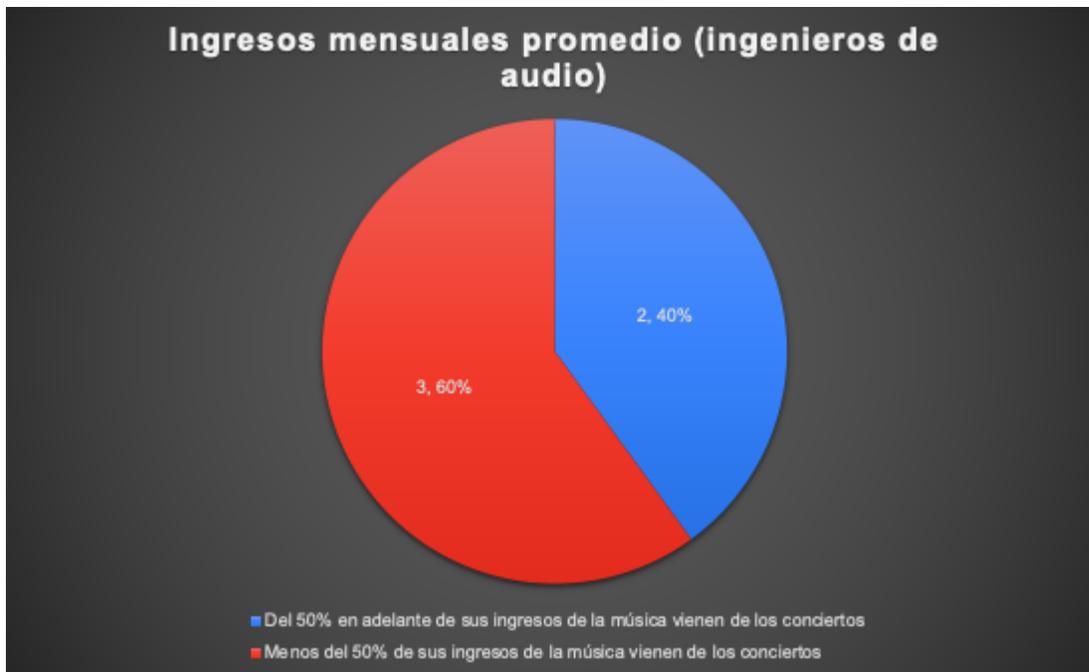


Ingenieros de audio

Sólo cinco de las personas que respondieron el cuestionario se dedican exclusivamente a ser ingenieros de audio en los conciertos.

En promedio, los ingenieros de audio de nuestro universo de estudio ganan 20,600 al mes, siendo de 35,000 el ingreso más grande y de 11,000 el menor.

En promedio, estos profesionistas perciben 18,900 al mes por sus actividades en la industria de la música. De este dinero, se les paga mensualmente 9,900 por sus actividades en conciertos (en promedio), siendo 3,600 la cantidad promedio que reciben por concierto.



Ingenieros de iluminación

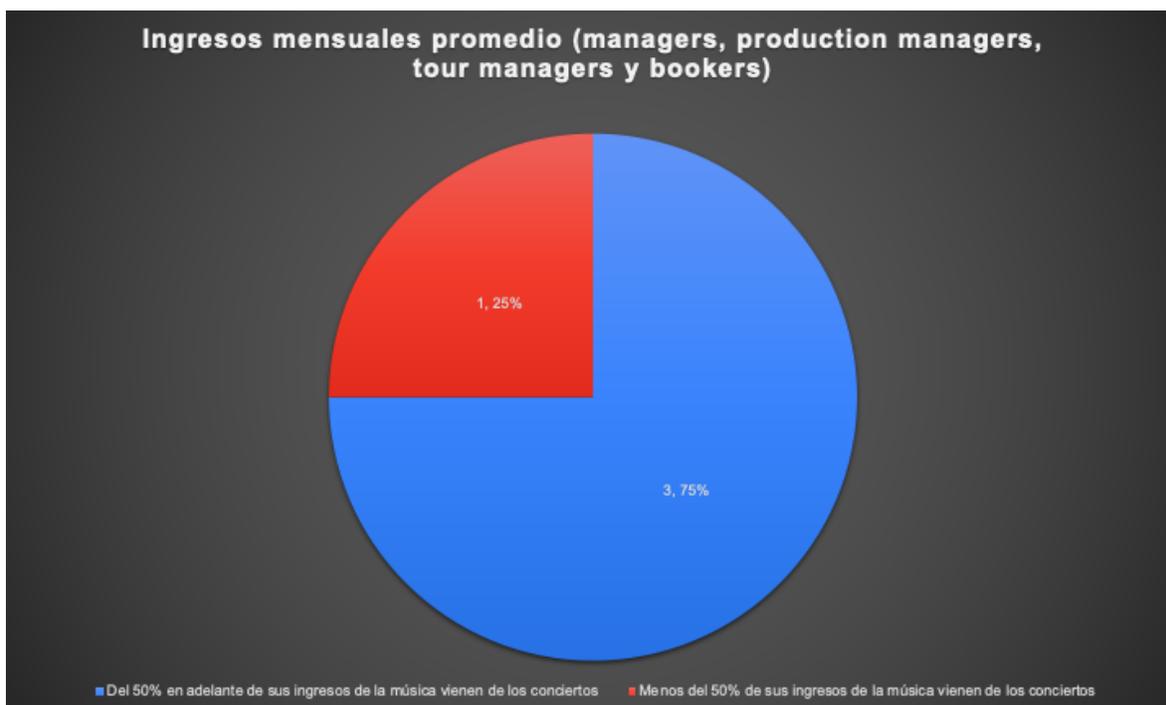
Dos de las 63 personas encuestadas se dedican exclusivamente a ser ingenieros de iluminación. Se eliminó una de estas respuestas debido a que no respondía a los datos solicitados en el cuestionario. De la única persona se obtuvo que gana 6,000 al mes, de los cuales 100% provienen de su labor dentro de la industria de la música. El 50% (\$3,000) lo obtiene de su trabajo en conciertos, que son 40 al año, aproximadamente. Esta persona indicó que se le pagan 1,500 pesos por concierto.

Stage managers

Sólo dos de las personas encuestadas indicaron dedicarse únicamente a ser *stage managers* dentro de la industria de los conciertos. Estas personas generaron un promedio de 17,500 de ingresos mensuales, de los cuales (en promedio) 14,500 mensuales son provenientes de la industria de la música, 100% generados por las labores de estas personas en conciertos. En promedio, les pagan 4,000 por concierto.

Managers, production managers, personal managers, tour managers y *bookers*
Cuatro de las personas encuestadas indicaron dedicarse exclusivamente a la logística de los eventos en vivo, combinando los cargos de *manager*, *production manager*, *personal manager*, *tour manager* y *booker*.

Sus respuestas arrojaron que este sector gana alrededor de 36,250 pesos mensuales (en promedio), siendo 80,000 la cantidad de quien más ingresos percibe y 15,000 la cantidad de quienes menos ingresos tienen al mes. De este dinero, 30,875 (en promedio) provienen de la industria de la música y 19,900 (en promedio) los ganan exclusivamente en los conciertos. Los managers reciben en promedio 5,625 por concierto.



Situación económica durante la pandemia

En este apartado se congregan las preguntas que hicimos con la intención de fotografiar los principales gastos de los trabajadores de la industria en el momento en el que respondieron la encuesta, así como su seguridad —o inseguridad— financiera. Esto con la intención de, por un lado, rastrear las condiciones económicas que sus ocupaciones les permiten, y por el otro, dibujar el escenario

que pueden estar viviendo durante el paro laboral por el covid-19.

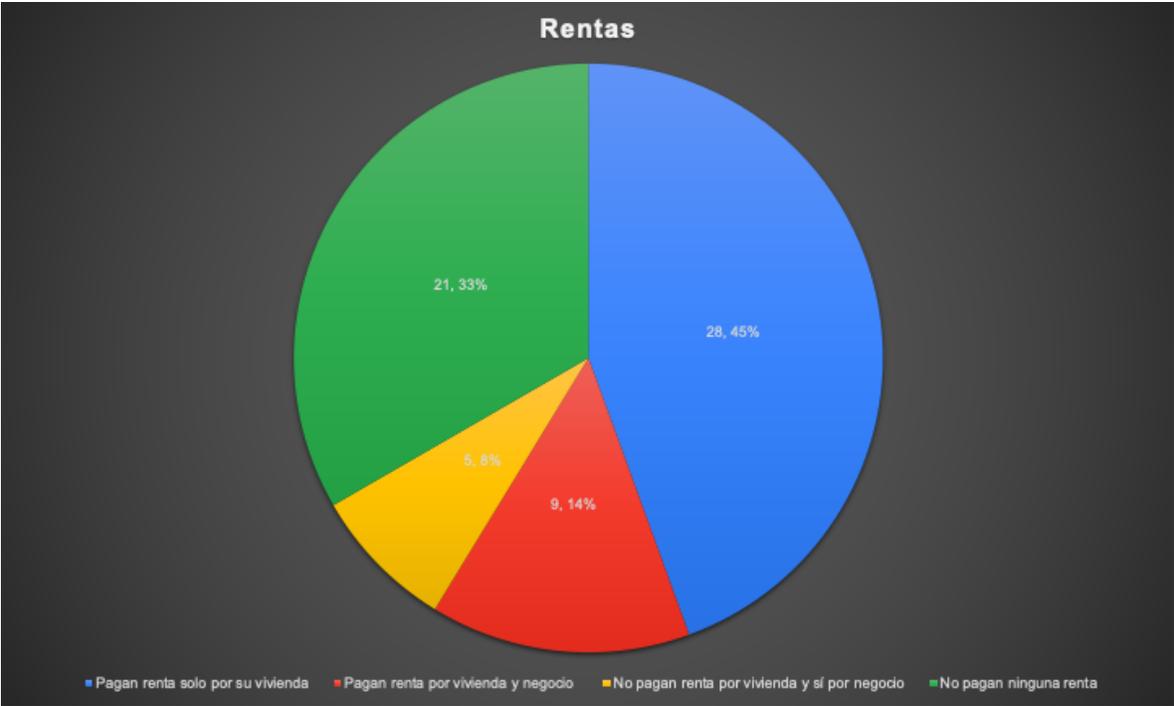
El 41% de las personas encuestadas no mantienen económicamente a nadie. El otro 59% correspondiente a 26 personas) mantienen de una a cuatro personas. En la gráfica siguiente puede verse el salario mensual promediado de cada grupo de personas. Es importante resaltar que, por los distintos tamaños de las muestras, los algunos promedios podrían resultar poco representativos, como en el caso de quienes mantienen a cuatro personas, en el que se promediaron tres ingresos que variaban bastante el uno del otro (75,000, 8,000 y 35,000), los primeros dos, ingresos de músicos. Esto nos dice que la situación económica de los encuestados (inclusive quienes se desempeñan en los mismos puestos en la industria) puede ser radicalmente distinta (no es lo mismo mantener a cuatro personas con 8,000 pesos al mes a mantenerlas con 75,000).



39 de las personas encuestadas indicaron que tienen alguna mascota, contra 24 que no las tienen. De quienes tienen mascota, siete mantienen entre tres y cuatro personas.

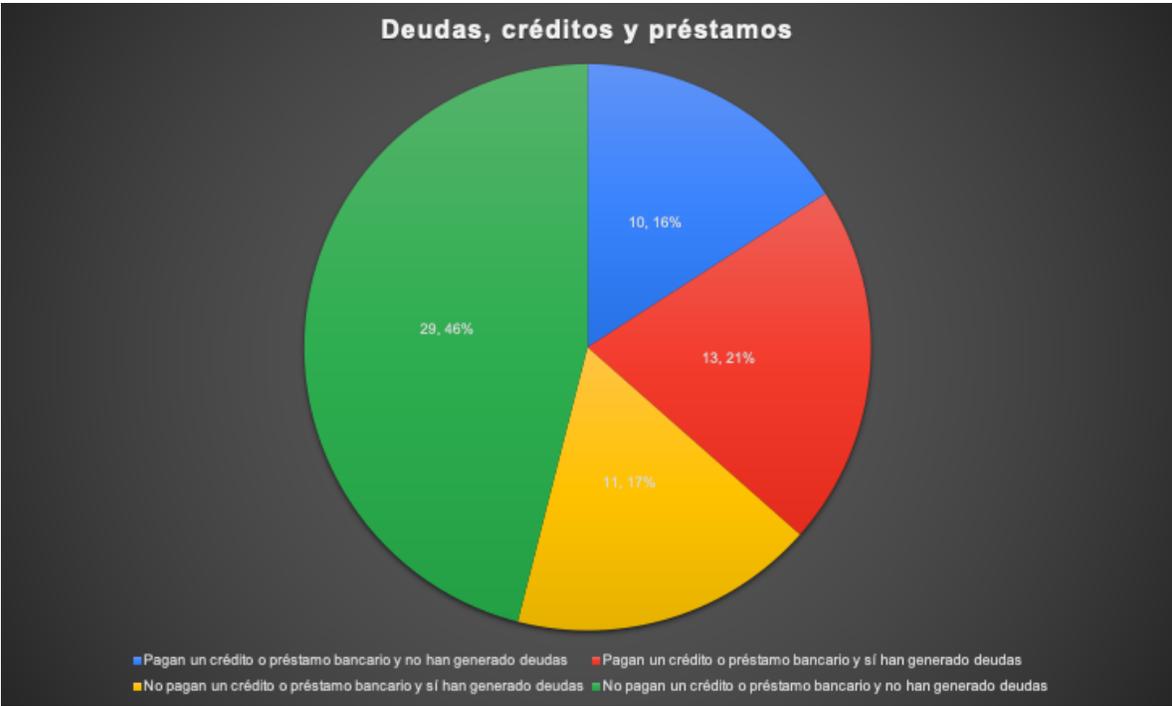
Todos los encuestados indicaron que cuentan con los servicios básicos en

casa (agua, energía eléctrica, gas, y drenaje). Todos cuentan también con servicio de Internet.

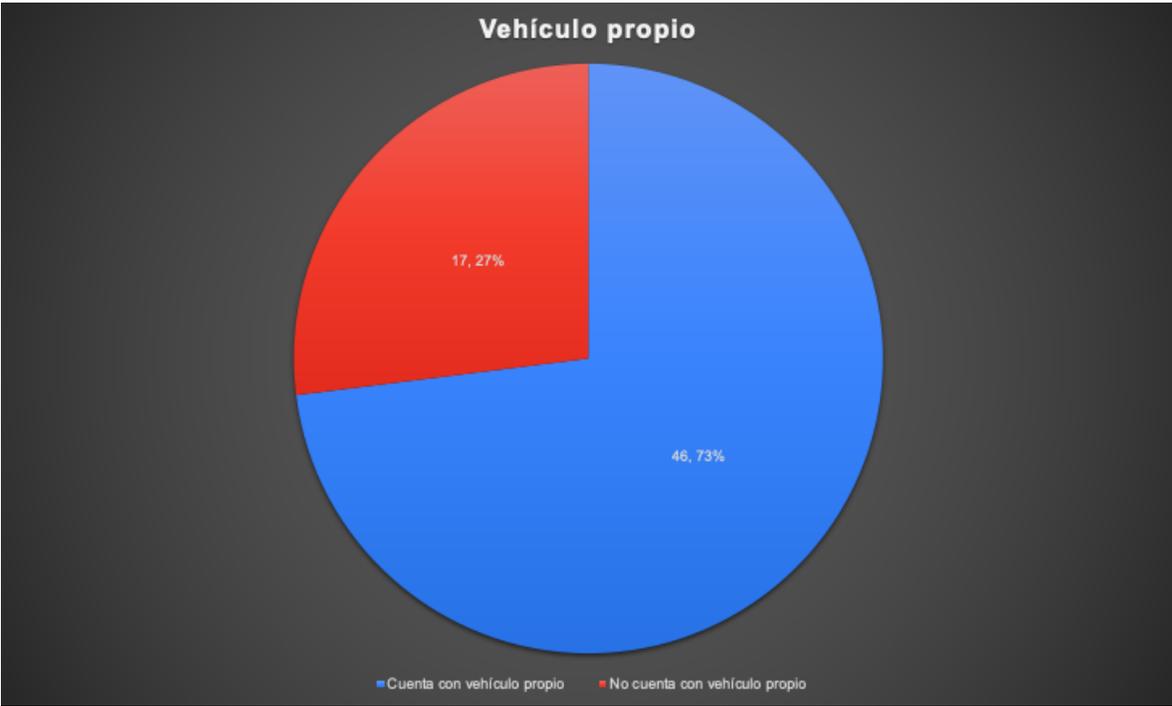


Como puede verse, 28 de los 63 encuestados pagan renta por su vivienda. De estas personas, 16 pagan algún crédito o préstamo bancario y diez además han generado una deuda derivada de esta contingencia, lo que quiere decir que en un futuro —a mediano o largo plazo— tendrán que liquidar estas dos cuestiones. En cuanto a las nueve personas que pagan rentas por algún negocio y su vivienda, cinco de ellas pagan algún crédito bancario y dos, además del crédito, han generado alguna deuda por el paro laboral.

Así se ve la radiografía general de quienes tienen deudas o pagan algún préstamo bancario del total de los encuestados:



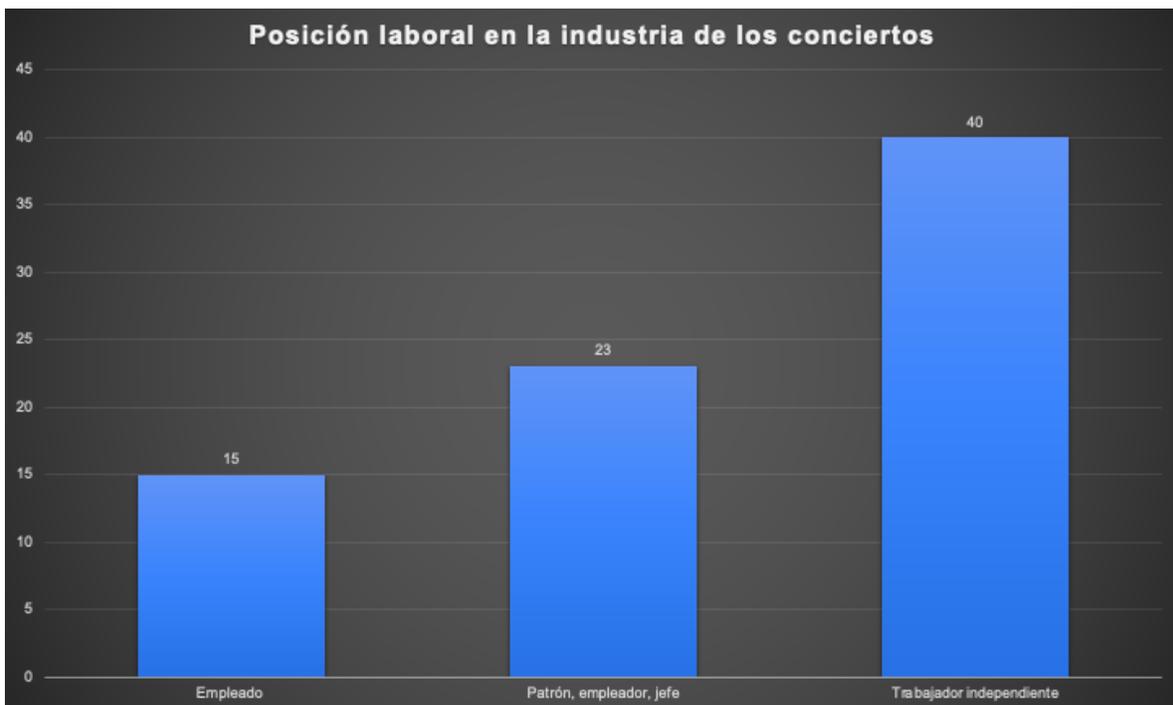
Asimismo, más de 70% de las personas encuestadas indicó que cuenta con un vehículo propio.



Situación laboral

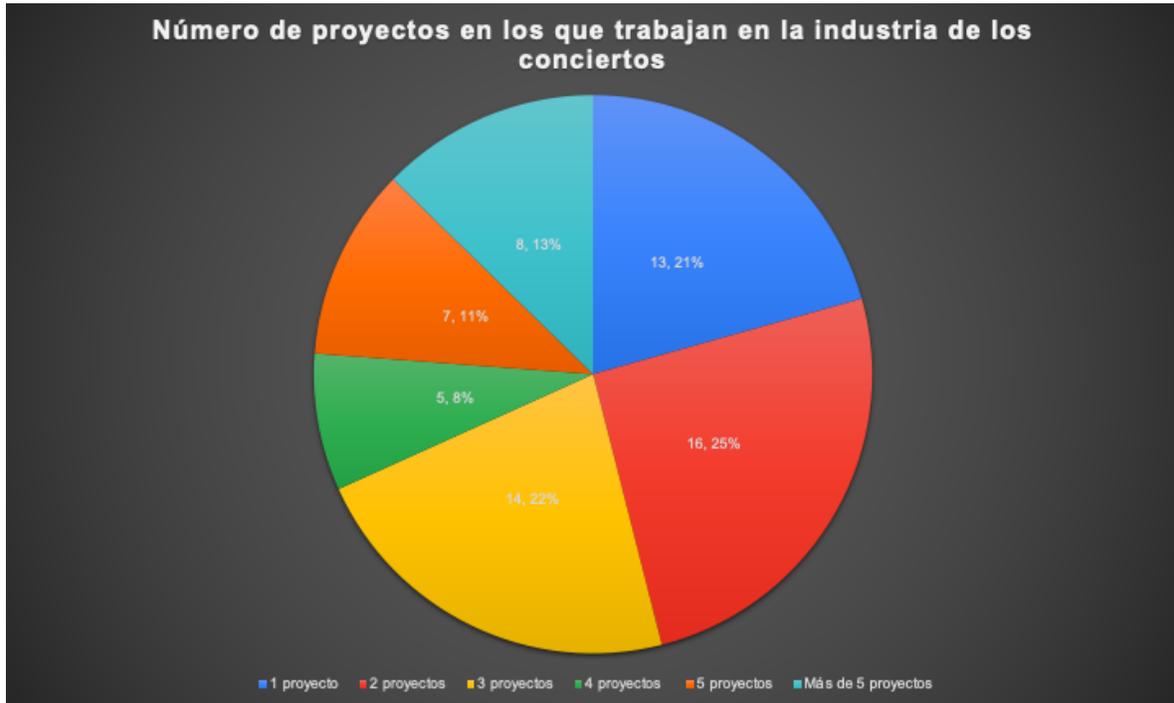
53 de las personas encuestadas indicaron que únicamente se dedican a trabajar. Sólo diez estudian también, de los cuales cinco son músicos miembros de una banda, tres son ingenieros de audio, uno es *manager*, *booker* y *personal manager* y uno es productor e ingeniero de audio.

En cuanto a su trabajo en la industria de la música, 30 personas se dedican únicamente a la música, mientras que 31 se desempeñan en otras actividades. En general, las personas encuestadas ubicaron su situación laboral de en los siguientes rubros (cabe mencionar que en este conteo, trece personas se ubicaron en dos o más rubros al mismo tiempo, lo cual habla de su situación de multiempleo dentro de los conciertos). De estas personas, cinco son únicamente empleados, 17 son únicamente patrones, empleadores o jefes y 28 son trabajadores independientes.

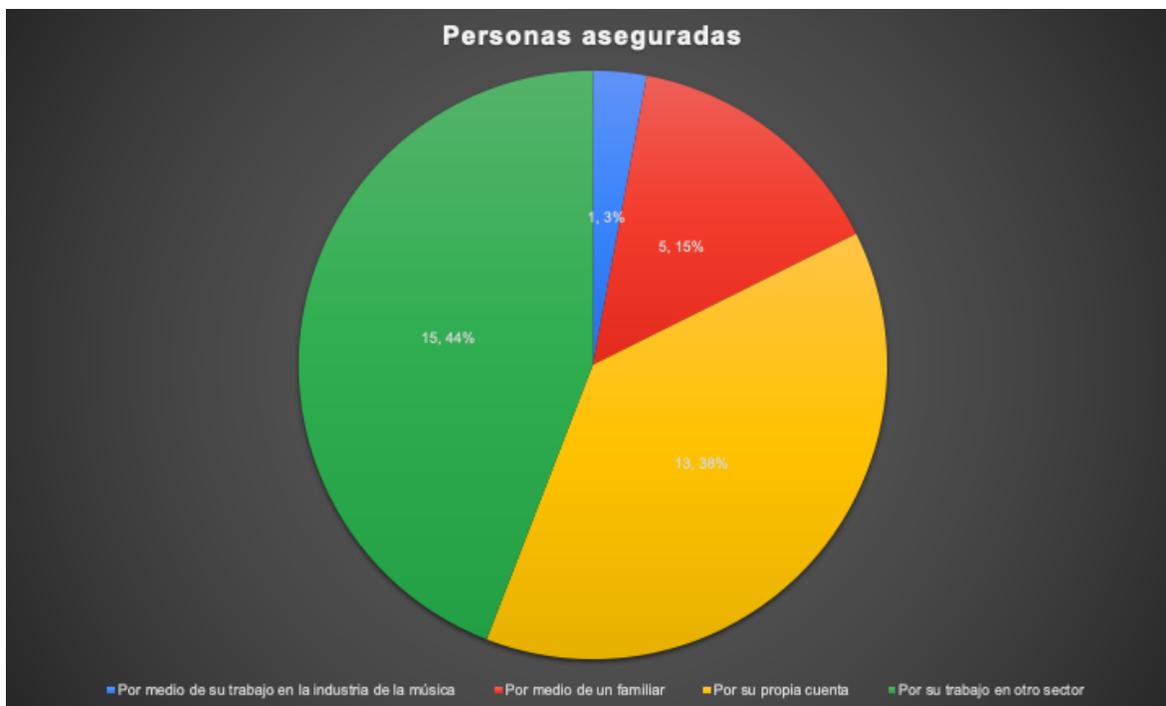


En cuanto a la situación de multiempleo antes mencionada, encontramos que la mayoría de las personas encuestadas se desempeñan en más de un proyecto musical. De esta manera, la distribución de los encuestados por número

de proyectos en los que trabajan se visualiza de la siguiente forma:



Menos de 50% de las personas encuestadas están inscritas al Seguro Social. Estamos hablando de 25 personas, contra 38 no inscritas. Sólo 26 de los encuestados cuentan con un seguro particular de gastos médicos. Quienes indicaron estar asegurados(as), se distribuyen de la siguiente manera:

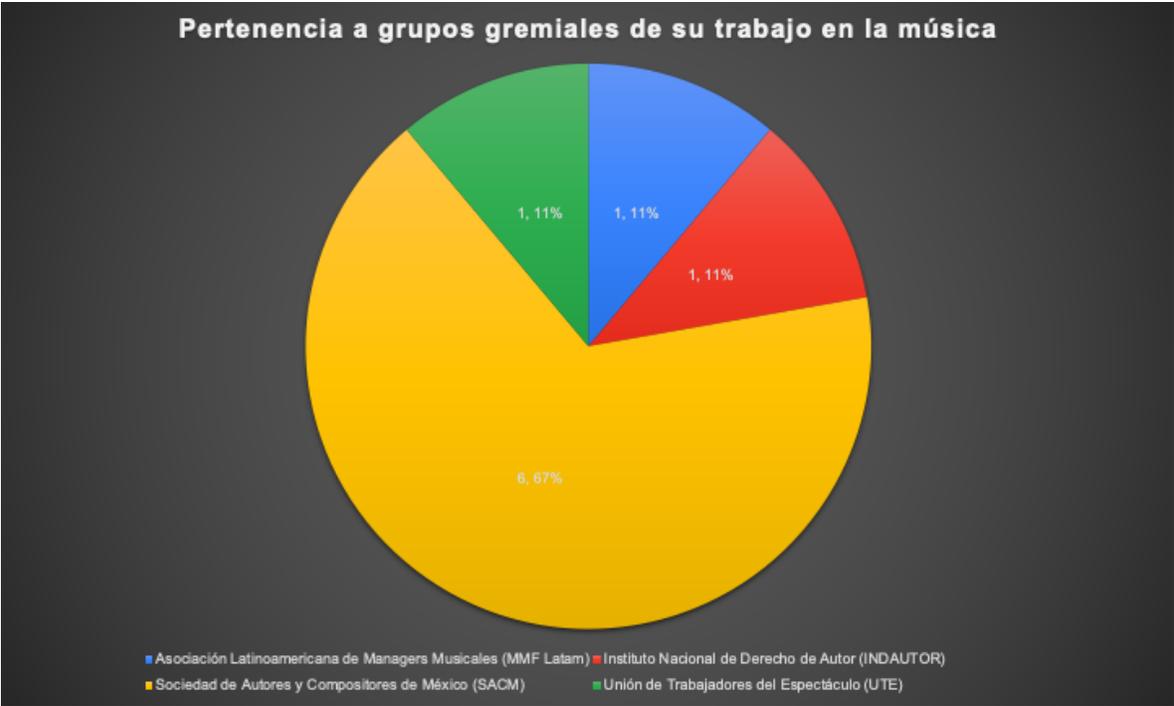


Estos números son reveladores: sólo una persona de la muestra de los 63 profesionales encuestados está asegurada por medio de su trabajo en la industria de la música. También puede verse una marcada tendencia al trabajo independiente, con 28% de personas que pagan su propio seguro. Así, la música, al estar plagada de “informalidad”, no provee prestaciones de ley. El escaso 1.3% (correspondiente a 15 personas) que está asegurado por medio de su trabajo, lo está por su empleo en sectores que no corresponden a la industria de la música.

Esta situación se torna un tanto alarmante cuando se revela que no solo en cuestiones médicas, sino en fondos de ahorro para el retiro (40 personas de las 63 no cuentan con uno), Infonavit (50 personas no están inscritas). Es claro que la mayoría de estos trabajadores no cuentan con el respaldo de sus empleadores en cuanto a prestaciones de ley, pero ¿cuentan con algún otro respaldo proveniente de otras agrupaciones u organismos gremiales? ¿Quién aboga por la situación laboral de los trabajadores que hacen posibles los conciertos?

Esta pregunta intentamos responderla al preguntarle al universo de los encuestados si pertenecen o no a algún sindicato u asociación gremial de la música. La respuesta fue bastante elocuente: sólo nueve de los encuestados

(menos de 15%) pertenecen a alguna agrupación. Ninguno es parte del Sindicato Único de Trabajadores de la Música.



A continuación describimos brevemente cada una de las organizaciones a las que las personas encuestadas afirman pertenecer.

La Asociación Latinoamericana de Managers Musicales (MMF Latam) es una red profesional que congrega a más de 50 *managers* de Latinoamérica y que persigue la profesionalización del sector de la música, construcción de una red profesional colaborativa, reconocimiento de la figura del *manager* como un profesional de la música, consultorías y defensa de los derechos profesionales de los artistas. Paradójicamente, quien indicó pertenecer a esta asociación no está inscrito al Seguro Social y cuenta con seguro de gastos médicos que paga por su propia cuenta. Además, no está inscrito en el Infonavit. A esta persona se le paga por evento y sólo cuenta con el respaldo de un fondo de ahorro para el retiro.

El Instituto Nacional de Derecho de Autor (Indautor) es un organismo que se encarga de velar por las obras que están registradas en el IMPI, que cuentan con reservas de derechos de uso exclusivo y, en general, de todo lo relacionado

con los derechos de autor. Así, ofrecen cursos de capacitación y orientación sobre este tema. En nuestro cuestionario, la persona que indicó pertenecer a este instituto se desempeña como músico miembro de una banda.

La Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM) es una sociedad de gestión colectiva que busca fortalecer el reconocimiento al derecho de autor, vincular a los artistas de la música, establecer relaciones entre este sector con el gobierno de México, velar proteger de las obras intelectuales y reivindicar el trabajo de los compositores como una profesión digna.¹¹ Esta asociación es la que ha fungido, según nuestra revisión hemerográfica, como lo más cercano a un sindicato (sin serlo) para los trabajadores de este sector:

Plan de Solidaridad durante la Emergencia Sanitaria:

Los socios con ingresos inferiores a 4,000.00 pesos mensuales recibirán un apoyo económico, único y excepcional, que va desde 800.00 pesos hasta 2,500.00 pesos mensuales durante 3 meses, con base en sus percepciones.

Los socios activos y sus cónyuges, así como sus herederos, contarán con un seguro de gastos médicos mayores con cobertura amplia y suficiente.

Los socios mayores a 69 años que no tengan seguro de gastos médicos mayores seguirán recibiendo el servicio médico como se establece en los estatutos de la institución.

—Plan de Solidaridad publicado en la página web oficial de la SACM, 2020.

La SACM fue el organismo gremial que mayor número de afiliados congregó en nuestra encuesta.

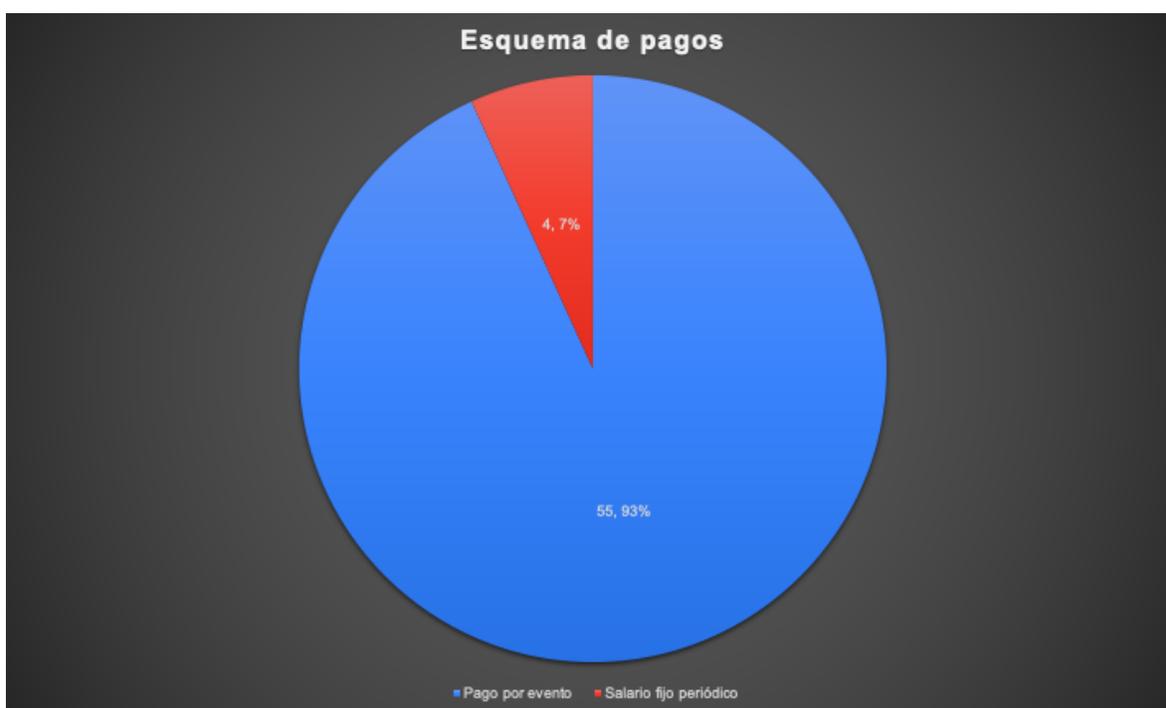
Por último, la Unión de Trabajadores del Espectáculo es un organismo integrado por artistas, productores, gestores culturales y técnicos que ha estado muy activo durante el paro laboral por la pandemia. Entre las últimas acciones que realizaron se encuentra la entrega a la Cámara de Diputados de un proyecto de implementación de un fondo económico urgente para apoyar a los creadores durante el paro laboral por la contingencia.

¹¹ Información obtenida de la página oficial de la SACM, consultada el 12 de julio del 2020.

Una conclusión general sobre este apartado es que la industria de los conciertos de la AMG (representada en esta muestra de encuestados) no cuenta con una lógica de organización en red, no tiene una cultura de pertenencia sindical y carece estructuralmente de representación ante organismos gubernamentales. La economía solidaria tampoco parece asomarse entre esta comunidad de encuestados.

Trabajadores vs. prestadores de servicios

De todo el universo de encuestados, 56 dijeron conocer la diferencia entre ser prestadores de servicios o trabajadores. Como un indicador general, así puede visualizarse la población de encuestados que trabaja por evento:

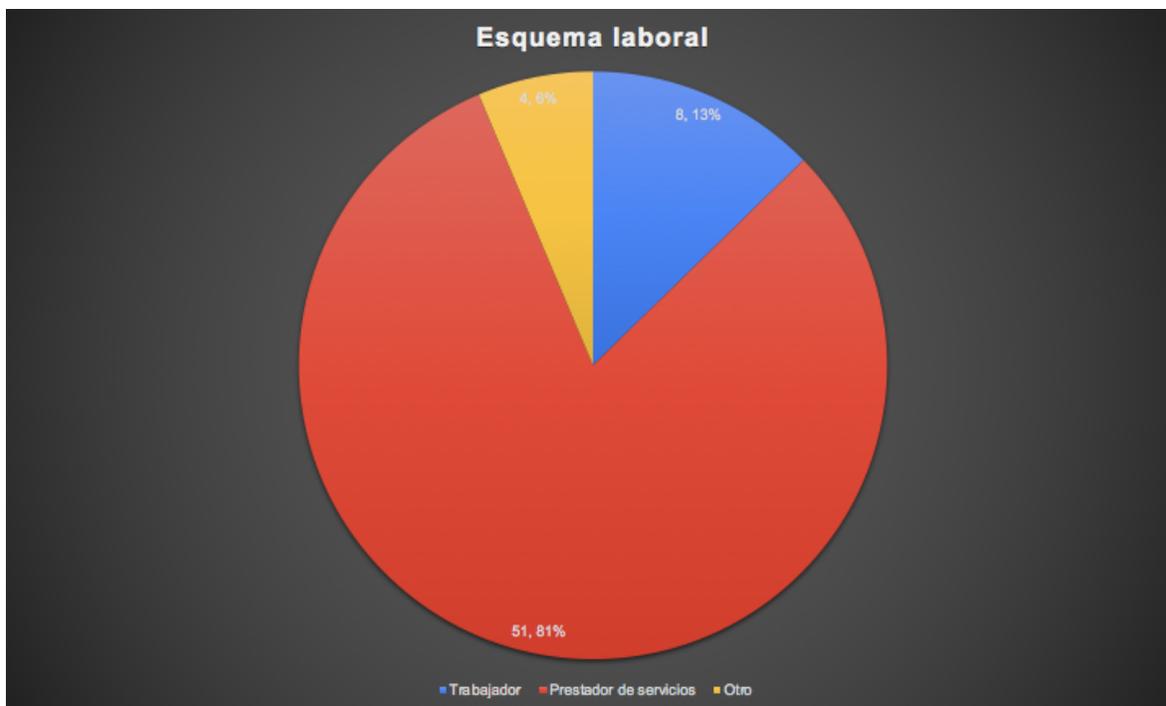


Se ha hablado en esta investigación hasta el cansancio sobre la situación de "informalidad" que tiene desprotegidos a los profesionales de la industria de la música (en especial, a quienes se desempeñan en los conciertos). Esta situación, según nuestras hipótesis y la información recabada de las entrevistas con expertos en el tema, se debe a que la mayoría de los empleados de la música

quisiera desempeñarse como trabajadores, pero en realidad lo hacen bajo la figura del prestador de servicios.

Como explicamos anteriormente, el prestador de servicios es una figura jurídica que se refiere a las personas que laboran recibiendo pagos por evento, sin prestaciones de ley, sin jornadas laborales fijas, y trabajando de forma independiente (es decir, no reciben órdenes de superiores). Estas personas únicamente laboran en las actividades específicas que corresponden al servicio que prestarán. Exigir la exclusividad a un prestador de servicios (pedirle que participe en sólo un proyecto) es ilegal en nuestro país. El trabajo de los prestadores de servicios termina en cuanto cumplen con las actividades específicas para las cuales se les contrató.

A diferencia del prestador de servicios, los trabajadores son aquellos que cuentan con todas las prestaciones de ley y que se desempeñan bajo una relación de subordinación, es decir, acatan órdenes de superiores). Estas órdenes pueden variar según las necesidades del proyecto laboral en el que se desempeñan. Asimismo, el trabajador cumple con una jornada laboral, recibe un salario mensual o quincenal fijo y trabaja para el empleador por tiempo indefinido (o por la cantidad de tiempo establecida en un contrato). Estas personas pueden generar antigüedad, contar con fondo de ahorros para un retiro y estar inscritos en el Infonavit.



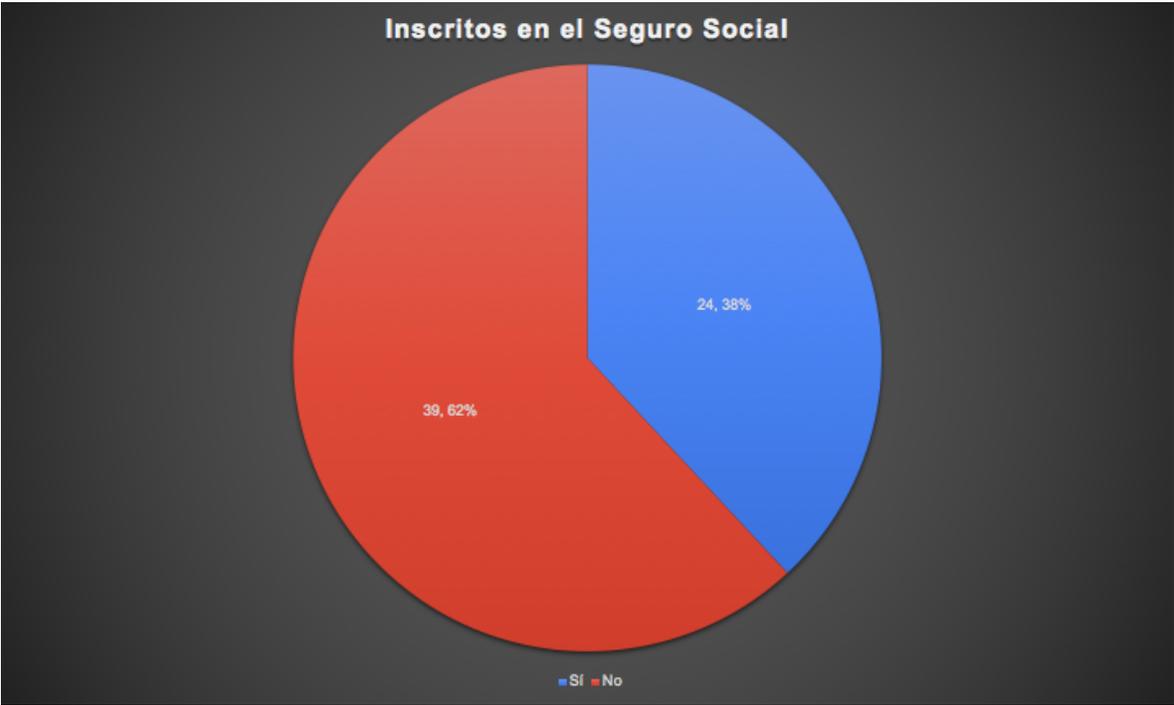
Ahora bien, entre los profesionales que respondieron la encuesta, 81% (51 personas) se identificaron como “prestadores de servicios” (49 de ellos aseguraron conocer la diferencia entre esta categoría y la de “trabajador”). El 13% es trabajador y cuatro personas respondieron otras formas. Las respuestas recibidas dentro de la opción “otra” fueron:

- Emprendedor.
- Productor.
- Soy copropietario del proyecto, ganamos sobre utilidades.
- Artista, El mundo del espectáculo implica otros conceptos más que sólo ser trabajador o prestador de servicios.

Las diferentes formas de entender el mundo del espectáculo devienen falta de claridad en los esquemas bajo las que operan las industrias creativas, lo que amplía el margen de oportunidad para cometer abusos y atropellos laborales (aún sin la intención de hacerlo) que pueden ir desde la autoexplotación hasta el tener a una persona trabajando con una jornada fija o bajo una relación de subordinación

por treinta años sin ninguna prestación ni antigüedad laboral (ya que, como se le paga por evento, se considera que esta persona es “prestadora de servicios”).

También es importante relacionar los resultados mostrados en esta gráfica con los encontrados sobre la cantidad de miembros del sector de la industria de los conciertos que cuentan con seguridad social o con fondos de ahorro. Se trata de entender las condiciones y dimensionar los riesgos que viven quienes que trabajan bajo el esquema de prestador de servicios en la actual situación provocada por la pandemia del covid-19. Si alguien de sus familias o ellos mismos enferman ¿podrán acceder a una hospitalización en caso de requerirla? ¿Podrán pagar las pruebas de laboratorio y costear todos los cuidados sin una fuente de ingresos (por el paro de actividades)?





A 49 de estas personas se les paga por evento, mientras que dos reciben salarios fijos periódicos (lo cual los elimina automáticamente de ser prestadores de servicios y los coloca, efectivamente, en una situación de informalidad laboral); 62% no cuentan con Seguro Social y 63% no tienen fondo de ahorro. Muchos de los que trabajan en esta industria viven al día.

A partir de aquí, los resultados de nuestro estudio arrojaron que sólo siete personas cumplen efectivamente con todos los requisitos anteriormente mencionados para poder ser legalmente denominados “prestadores de servicios”. Diez personas más cumplen con todos los requisitos, menos uno: se les exige una jornada laboral (hora específica de entrada y salida) en los conciertos (evidentemente, la logística de los conciertos se maneja por temporalidades específicas, cuestión que podría explicar este fenómeno). Esto nos dejaría con un saldo de 17 personas de esta población que efectivamente se identifican y son tratadas como prestadoras de servicios, por lo que no se encuentran en un esquema de informalidad (en estricto sentido).

Seis encuestados más cumplen con el parámetro de pago por evento, pero el resto de las características que mencionaron respecto a sus condiciones

laborales, corresponde a las de un trabajador.¹² Cabe mencionar que hubo una persona que labora bajo las características de un trabajador, aun si identificarse con esta categoría. Por otro lado, sólo una persona declaró que se le ha exigido exclusividad en su trabajo, mientras que 49 aseguraron que se les paga por evento y 27 se ven obligadas a acatar órdenes de un superior. Finalmente, a 26 personas de esta población se les exige jornadas fijas.

En cuanto a los “trabajadores”, de la muestra total de encuestados sólo ocho se reconocieron como tales, siendo que sólo uno cumplió con todos los requisitos legales para serlo. Hubo una persona más que, a pesar de laborar bajo la mayoría de los parámetros de un trabajador, sigue recibiendo pagos por evento. Del resto, otra persona posee todas las características de un prestador de servicios, aún sin identificarse como tal.

Una persona respondió algo muy interesante: en lugar de ubicarse como “trabajador” o “prestador de servicios”, este músico y productor dijo que es un “artista”, y aclaró: “el mundo del espectáculo implica otros conceptos más que sólo ser trabajador o prestador de servicios”. Esta respuesta forma parte, sin duda alguna, de lo que el creador audiovisual Andrés Villa Aldaco nos decía en entrevista (2020):

Dentro de todo lo bueno que tenemos los perfiles creativos artísticos, también hay que ver la parte como más romantizada que ha hecho muchísimo daño, ¿no? Es como muy aplaudida esta cuestión de ser “fuera del sistema”, pero es imposible. [...] Yo sé que muchos de los músicos, muchos de los cineastas, de los artistas plásticos y performativos ponen en un lugar casi sagrado la creación artística, libre, independiente, explorativa, fuera de los sistemas hegemónicos, y está muy bien, y hay que defenderlo a capa y espada (y ahí es donde el Estado creo que está fallando), pero es muy inocente pensar que uno puede hacer una vida de ahí.

¹² ¡Eureka! Encontramos el rastro de la “informalidad laboral” de estos trabajadores de la música. En estricto sentido, sólo hay un trabajador que sí es trabajador y 17 prestadores de servicios a los que se les trata totalmente como prestadores de servicios. De ellos, sólo catorce están dados de alta en el SAT, el resto (49 personas) se encuentra en un limbo de informalidad.

Gastos

Una de los tres indicadores a través de los cuales creíamos que podíamos rastrear un una parte del aporte que los que forman parte de la industria de los conciertos era averiguar sobre la manera en que sus gastos se habían modificado a partir de la suspensión de actividades, ya fuera que aumentaran en algunos rubros, o disminuyera en otros. Por ejemplo, ahora que se permanece por más tiempo en el hogar, el gasto de servicios puede aumentar. Pero al mismo tiempo, el no contar con una fuente de ingresos puede llevar a que se dejen de realizar algunos gastos como los servicios de streaming o la comida a domicilio (por mencionar algunos de los que planteamos en nuestra hipótesis).

La instrucción para esta sección de la encuesta consistía en indicar si, de una serie de rubros, el gasto se había mantenido, reducido, aumentado, se había cancelado o eliminado algún producto o servicio.

Éstas fueron las Instrucciones:

- 1) Si tu gasto mensual aumentó escribe el signo de más (+) seguido de la cantidad de dinero que aumentó. Ejemplo: +500.
- 2) Si tu gasto mensual disminuyó escribe el signo de menos (-) seguido de la cantidad de dinero que disminuyó. Ejemplo: -500.
- 3) Si tu gasto mensual se mantuvo igual deja la respuesta en blanco.
- 4) Si suspendiste o eliminaste el pago o el gasto escribe una X.

TE PEDIMOS QUE INDIQUES LAS CIFRAS APROXIMADAS EN PESOS MEXICANOS (MX)

Antes de lanzar la encuesta hicimos algunas consultas para preguntar si estaba clara la instrucción y recibimos respuestas afirmativas. Sin embargo, parece que no fue del todo clara, pues encontramos muchas respuestas de cantidades sin ningún signo (+ -). Otras respuestas parece que correspondían al monto total de gastos en ese rubro.

Consideramos lo anterior desafortunado, porque carecemos de una muestra representativa para poder generar conclusiones significativas sobre el impacto a la economía derivado la cuarentena por el covid-19.

Aun así, lo que decidimos hacer fue eliminar las respuestas no válidas, hacer la estadística únicamente con los datos que nos sirven para nuestro propósito e intentar generar algunas deducciones.

- En lo que a gasto por concepto pago por vivienda se refiere, únicamente seis de las 63 personas indicaron una variación en el gasto: -3500; -2600; -1500; +300; +500; +3500.
- Para el rubro de renta de local comercial, cuatro personas indicaron variación en el gasto: -17000; -2000; -1000; +10000. Quien redujo el gasto en -1700 parece que cerró su negocio, pues también redujo el gasto de nómina considerablemente.
- En gastos por concepto de empleados solo dos personas indicaron variación en este concepto: -70000 y -3000. La mayor reducción corresponde a la reducción por concepto de renta por -17000. Por lo que deducimos que esta persona cerró su negocio y tuvo que despedir a algunos empleados, por la cantidad de dinero en la que redujo el gasto en sueldos de empleados.
- Para gastos relacionados con mantenimiento cinco personas indicaron variación, en todos los casos aumentó: +200; +500, +800; +2000; +10000. Para quien este gasto aumentó, no indicó variación en ningún otro rubro, por lo que quizá aprovechó este tiempo para hacer algún mantenimiento o remodelación. De los demás podríamos decir algo similar.
- En lo que se refiere a gastos por servicios básicos (agua, luz y gas), 16 personas de las 63 señalaron variación en el gasto, en todos, aumentó, al menos en tres cifras. La menor cantidad fue +200 y el mayor aumento fue por +3000. A diferencia de los rubros antes mencionados, este fue el que presentó mayor cantidad de variaciones. El hecho de permanecer en casa por mayor tiempo definitivamente repercute en el gasto. Estas variaciones representan el 25% de nuestra muestra.
- Referente al gasto en telefonía móvil e internet, seis personas indicaron variación en el gasto: -200; -200; +100; +400; +500; +1000.

- En cuanto a servicios de streaming, siete personas indicaron variación en su gasto. Una de ellas lo redujo y el resto aumentó su gasto en este tipo de servicios: -180; +50; +200; +200; +200; +300; +300.
- Si de comida se trata, 17 personas señalaron variación en su gasto sobre este rubro. Seis personas redujeron su gasto y once lo aumentaron. Quienes redujeron su gasto lo hicieron por -500, -1000, -2000 y -3000; las cantidades para quienes aumentó son por +200, +300, +500, +1000, +1500 y +2000.
- Productos de limpieza fue un rubro en el que señalaron variaciones ocho personas: -500; -200; -100; +50; +350 + 500; +500; +2000.
- En lo que se refiere a ropa, zapatos y accesorios las trece personas que indicaron variación en el gasto fue en reducción. En su mayoría las cifras son de 4 cifras. La mayor, o quien redujo menos su gasto, fue por -3000 y quien menos redujo en este concepto fue por -200.
- Servicios médicos y medicina representó variación de gasto para seis personas. Una lo redujo en -10000 mientras que para cinco represento un aumento que va desde los +200 hasta los +2000.
- La siguiente categoría es belleza e higiene personal. Cuatro personas indicaron variación en el gasto: -400; -300; +300; +300.
- Veinte personas manifestaron variación en el gasto que corresponde a vehículos y transporte. De estas para una sola aumentó en +500, mientras que el resto lo disminuyó en cantidades que van desde los -500 hasta los -4000.
- Comer en restaurantes o pedir comida a domicilio fue una categoría en la que 21 personas cambiaron sus gastos. Trece personas redujeron su gasto por montos que van desde los -400 hasta los -3500. Las ocho personas que aumentaron su gasto lo hicieron en rangos entre los +300 y los +3000.
- Nueve personas redujeron su gasto en viajes. Algunos por -500 y otros hasta por -10000. En promedio el ahorro en concepto de viajes fue de -3666.66.
- Cinco personas cambiaron su gasto posterior al inicio de la pandemia en el

rubro de discos, películas, o revistas. Una persona lo redujo en -2000 y el resto lo aumentó entre +300 y +1500.

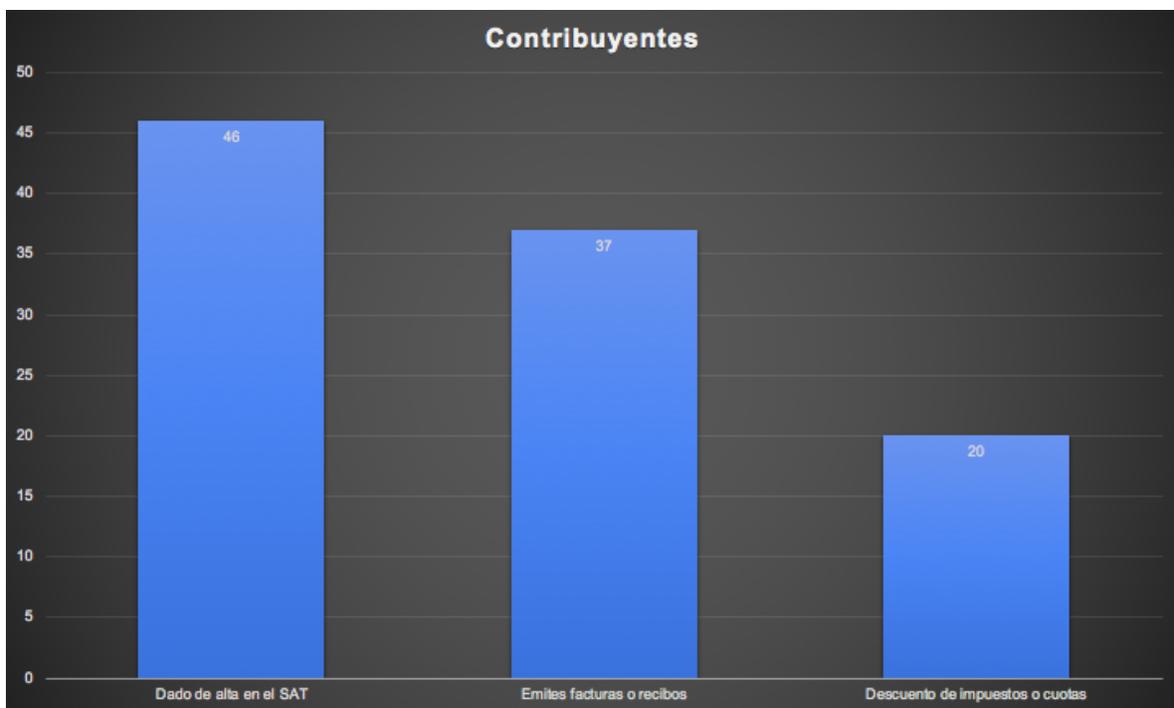
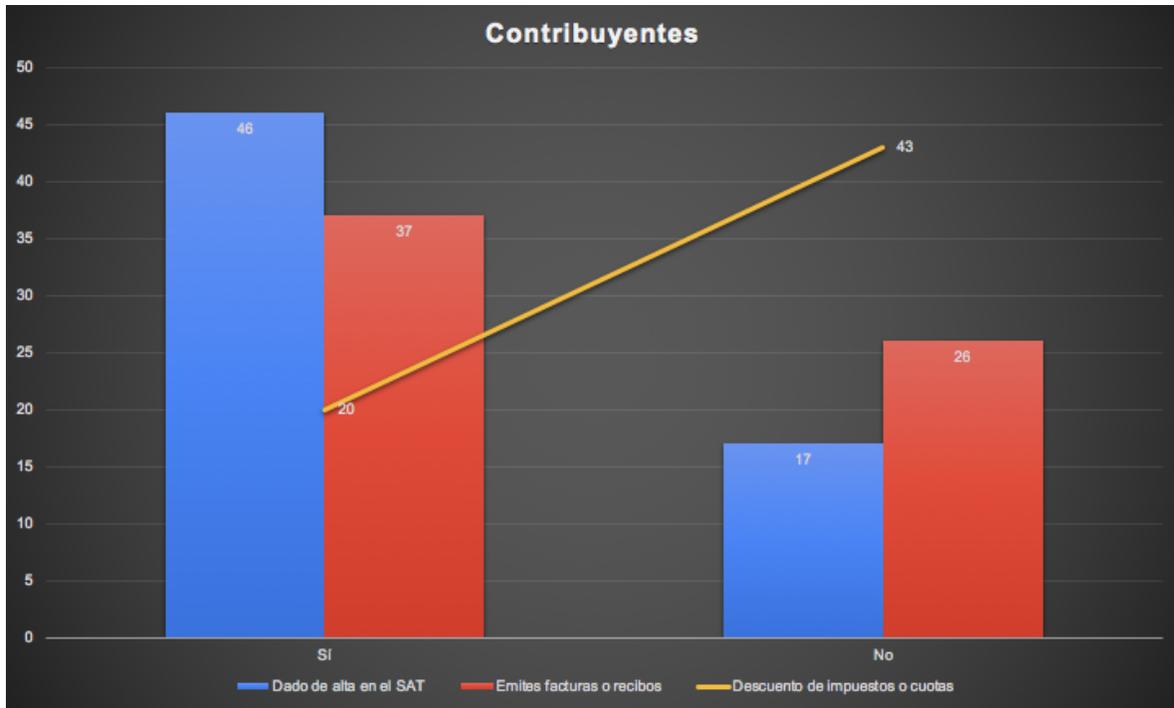
- En lo que se refiere a educación o capacitación cuatro personas modificaron el dinero invertido en ello: -2000; -1000; +200; +1000.
- Solo dos personas indicaron haber modificado su gasto en lo que se refiere a electrodomésticos o equipos para el hogar y electrodomésticos: -4000; +2000.
- Una persona fue la única que cambió sus gastos en materia de juguetes o artículos deportivos en +2000.
- Por último, cuatro personas modificaron su gasto en lo que se refiere a mascotas. Una lo redujo en -400 y tres aumentaron su gasto en las siguientes cantidades: +100; +300; +2000.

Finalmente, por la cantidad de respuestas que obtuvimos de esta sección, por la inconsistencia de los datos, por el diseño de esta sección dentro de la encuesta, que tratamos de aplicarla de la mejor manera con las herramientas de las que disponíamos en la aplicación de la encuesta, y por lo diverso de los indicadores, no generamos suficiente información para sacar conclusiones sobre las variaciones de la economía en general de los miembros de este gremio a partir del paro de actividades provocado por la pandemia.

Gran parte del problema fue que muchas de las entradas no cumplieron con el requisito de indicar si había aumentado o disminuído el gasto con los signos de “+” y de “-”. Por lo que no fueron tomados en cuenta. Pues no sabíamos si las respuestas eran que había aumentado o era la cantidad de dinero que regularmente gastan en esos rubros.

Gran parte de los rubros quedaron en blanco, lo que significaba que no hubo variación del gasto. En este sentido, la deducción que hicimos es que la gente no modificó su gasto, al menos en los primeros meses de la pandemia.

Contribuyentes



El 73% de los encuestados señaló estar dado de alta en el Servicio de
FO-DGA-CPAP-0017

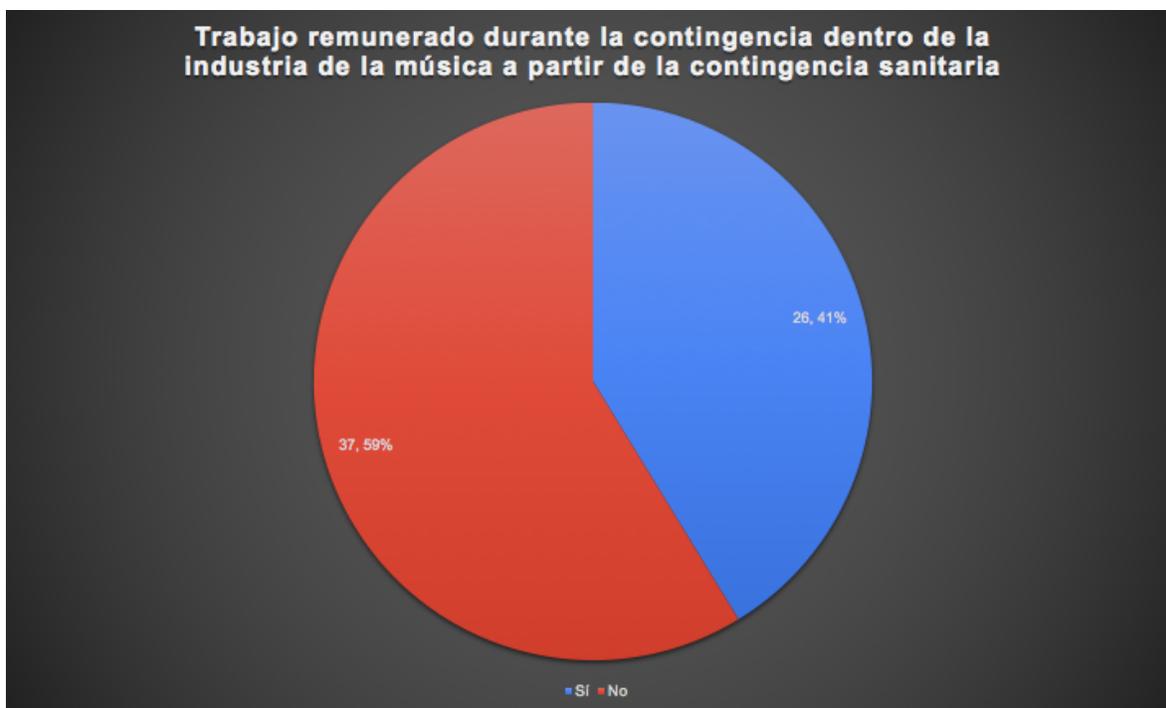
Administración Tributaria (SAT). Esto indica que la mayoría de los que trabajan en la industria de los conciertos o de la música tiene la posibilidad de, aunque sea en un esquema irregular en el que no son del todo trabajadores o prestadores de servicios, laborar de manera formal en lo que se refiere a emisión de comprobantes o recibos por su trabajo. Aunque no todos los que están dados de alta en el SAT, emiten facturas o recibos por su trabajo relacionado con la industria de la música o los conciertos. Del total de encuestados, únicamente el 59% lo hace. Únicamente veinte personas señalaron que se les descuenta algún tipo de impuesto o cuota de su salario, y estos descuentos fueron únicamente impuestos.

Esperábamos obtener alguna respuesta relacionada con descuentos por pertenencia a alguna organización laboral (del tipo “sindicato”), pero, como ya se mostró con anterioridad, fue mínimo el porcentaje de los encuestados indicaron pertenecer a alguna organización gremial.

Un par de datos interesantes son que tres personas que señalaron no estar dados de alta en el SAT sí emiten facturas o recibos para recibir su pago, lo que sugiere que ellos general el comprobante a través de un tercero. Dos de estas personas señalaron que se les retienen impuestos. También hubo un caso en el que señaló no emitir facturas, no estar dado de alta, pero sí señaló un descuento de impuestos de su pago.

Estos cuatro casos encarnan el esquema de informalidad tan mencionado en estos apartados, pues, en lugar de ellos mismos emitir sus comprobante, lo hacen por otras vías.

Impacto de la contingencia sanitaria



El 59% de las personas que respondieron el cuestionario no está realizando ninguna actividad remunerada dentro de la industria de la música a partir de que inició la contingencia sanitaria por el covid-19. Del 41% restante, solamente dos personas no son músicos: un ingeniero de audio, quien ha estado trabajando en un estudio de post producción de audio y un *manager*, quien ha generado ingresos por los shows en línea en los que ha participado.

Las actividades que realizan los músicos que continúan trabajando de forma remunerada dentro de la industria consisten en producción de música y audio en estudios de grabación, clases y cursos, curaduría de música y transcripción de partituras.

Esto evidencia el impacto que ha tenido la contingencia sanitaria para el resto de los miembros del sector que trabaja en la industria de los conciertos: ingenieros de audio, de iluminación, *stage managers*, *tour managers*, *bookers*, *roadies*, diseñadores u operadores de contenidos multimedia se han quedado sin

la posibilidad de trabajar y generar ingresos.

Jorge Espinoza “Oso”, ingeniero de iluminación, nos decía en entrevista (2020) sobre la ocupación de los iluminadores u operadores de luces: “Yo creo que los que están operando a nivel local y nacional, solamente operan”. Platicando sobre esta situación con él y sobre las alternativas que existían para trabajar en otros sectores o buscar otras opciones para trabajar, nos dijo: “Me cuesta mucho trabajo decir, me voy a aventar un mes chambeando por 6,000 pesos. Una porque no alcanza y dos, no sé, también es que me enfoqué tanto en hacer lo que hago [ingeniero de iluminación], que no sé en realidad hacer muchas cosas más”.

Esta situación puede que sea similar para muchos otros miembros de la industria de la música: que su experiencia y conocimiento esté centrado en actividades vinculadas a la misma industria, y que, por tal razón, les sea más complicado moverse de sector o buscar otras alternativas de trabajo.



Quienes sí están realizando actividad remunerada fuera de la industria de la música representan 49% de los encuestados. Las actividades varían mucho, por lo que no es relevante mencionarlas.

Lo que sí vale la pena mencionar es que de quienes indicaron que continúan trabajando dentro de la industria de la música, 15 personas además lo hacen en otra actividad fuera de esta industria. Es decir, que de las 63 personas que respondieron la encuesta, 21 (33% del total) no están realizando alguna actividad remunerada.

Durante la entrevista con Francisco Ramírez, *drum tech*, preguntamos si había buscado otro trabajo para suplir el ingreso que percibía al trabajar en los conciertos. Su respuesta fue “no, porque ya no había más opciones de trabajo porque todo cerró”. Buscó trabajo “como intendencia industrial en almacenes, y nada” (2020).



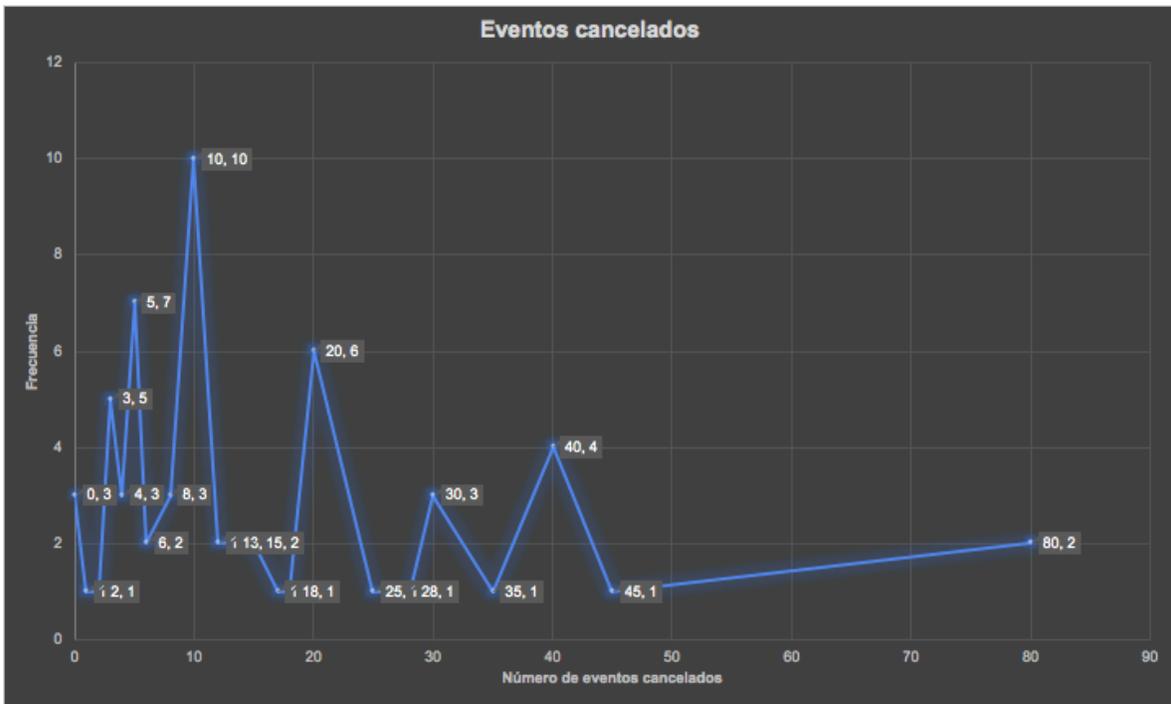
El 23% de las personas encuestadas respondieron haber recibido pago por regalías. En este caso, todos son músicos. 44 de las 63 personas que respondieron la entrevista son músicos, lo que representa que únicamente 27% de los músicos ha recibido algún pago por este concepto desde que inició la contingencia.

A pesar de ser un ingreso que algunos músicos pudieran recibir durante

este tiempo, menos de la tercera parte lo recibe. Interesante sería saber la cantidad de músicos que tienen registrado material de su propia composición y autoría y que además formen parte de alguna sociedad u organización que cobre estas regalías, como la SACM.



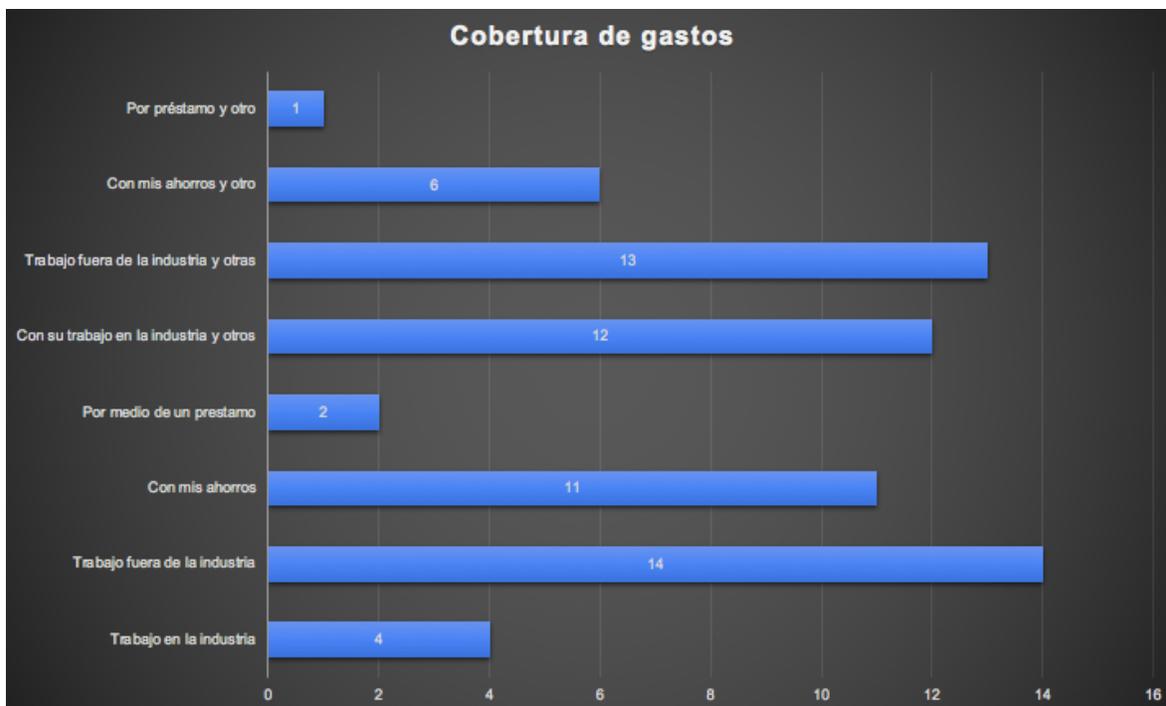
Solamente 10% de los encuestados indicó haber recibido apoyo por parte del empleador en la industria de la música. Como lo mencionamos antes, algunos músicos se desempeñan en varias áreas y proyectos. Algunos simultáneamente tienen un proyecto solista, son parte de una banda y fungen como músico de soporte. 21 de las 30 personas que se dedican a una sola actividad dentro de la industria de los conciertos lo hacen como miembros de una banda. Las otras nueve personas se desenvuelven en una actividad como proveedor para alguien más.



Preguntamos sobre la cantidad de conciertos que cancelaron o fueron pospuestos (en conjunto) hasta el mes de junio de 2020. Tres respuestas fueron “ningún concierto cancelado o pospuesto”. La menor cantidad de conciertos cancelados o pospuestos fue de un evento y quienes más eventos cancelados o pospuestos señalaron una cifra de 80. Las cantidades de conciertos cancelados o pospuestos que más frecuencia tuvieron fueron 5, 10 y 20 conciertos.

Omitimos preguntar individualmente a cada proyecto la cantidad de conciertos que habían cancelado o pospuesto. Con esa información podríamos haber calculado la cantidad de conciertos en total que las bandas radicadas en el AMG cancelaron, y así calcular las pérdidas que generaron para sus miembros y equipo de trabajo.

Francisco Ramírez, *drum tech*, nos decía en la entrevista que “para mí fueron casi 60 shows [que se me cancelaron] hasta agosto. Hasta el día de hoy, para acá, del 16 de marzo a la fecha, 25 shows” (2020).

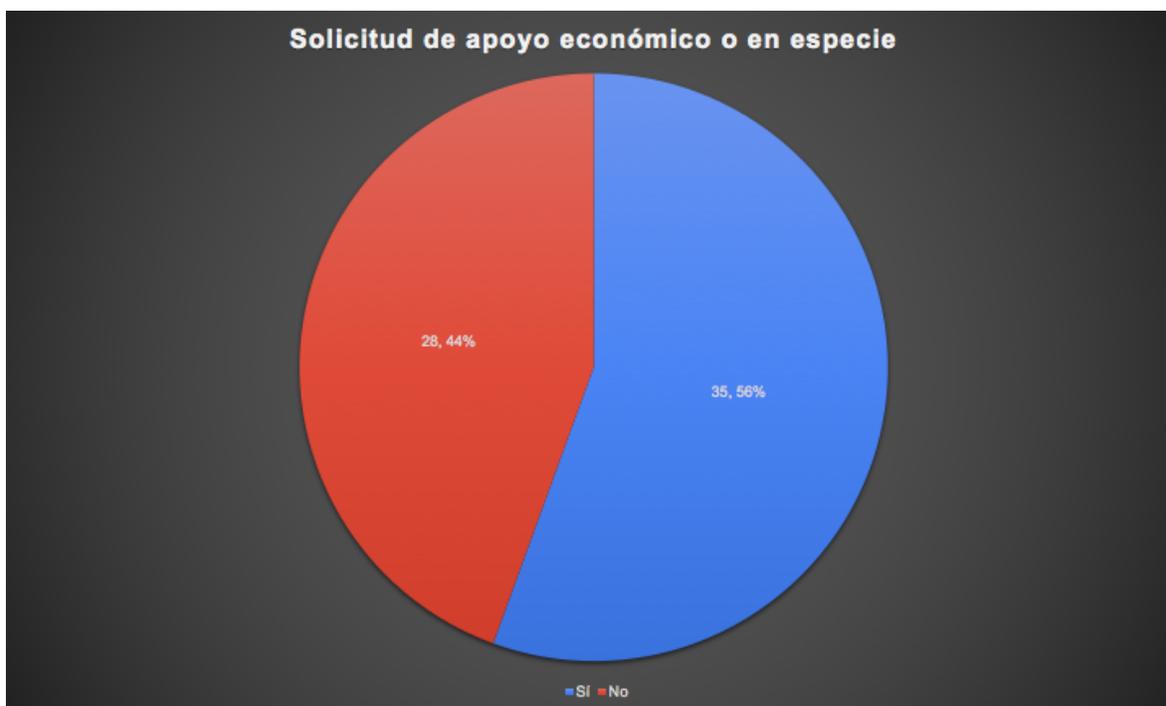


En la pregunta del cuestionario referente a la manera en la que los participantes cubrían sus gastos abrimos la posibilidad de escoger varias opciones simultáneamente. El orden y formato en los que el programa arrojó los resultados hizo un poco complicada su sistematización e interpretación, por lo que decidimos mostrar aquellas opciones que fueron seleccionadas únicamente, y una serie de combinaciones.

En lo individual, el trabajo en una actividad fuera de la industria de la música fue la que más seleccionaron; a continuación, por medio de los ahorros. Sólo cuatro personas seleccionaron que cubren sus gastos únicamente por su trabajo en la industria de la música. Manuel Orozco, músico y productor, nos dijo al respecto en entrevista: “Estamos ahorita en un estado de indefensión muy complicado. Ahorita realmente estamos sobreviviendo, por lo menos todos los músicos que yo conozco, de nuestros ahorros, y algunos de ellos ya empiezan a meterle a las tarjetas y a endeudarse, porque no hay ingresos. Simplemente no hay ingresos” (2020).

De acuerdo con las estadísticas que muestra la aplicación mediante la que hicimos la encuesta, que nos permite ver las veces que cada opción fue

seleccionada, la que mayor entradas tuvo fue “con mis ahorros”, en segundo lugar la opción “con mi trabajo fuera de la industria de la música” y en tercer lugar la opción “con mi trabajo en la industria de la música”.



El 56% de los encuestados, es decir, 35 personas, indicó haber solicitado un apoyo económico o en especie. De este porcentaje, únicamente 25 personas dijeron haber recibido el apoyo solicitado.

Los apoyos que más se mencionaron fueron los que ofreció el Gobierno del Estado de Jalisco, como el SumArte en Casa, ofrecido por medio de la Secretaría de Cultura, y el programa Apoyo a personas con autoempleo o empleos no formales, ofrecido por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Estado de Jalisco. Una persona indicó haber solicitado apoyo al gobierno federal sin obtenerlo. Otra persona solicitó apoyo de su Afore.



A la pregunta de si se han sumado o colaborado con otras personas, instituciones, espacios a partir de la contingencia, 37% de los encuestados respondió de forma afirmativa. Las colaboraciones mencionadas son con músicos, compañías de audio e iluminación, con plataformas de streaming, instituciones públicas y privadas. Quienes respondieron participar con otras personas o entidades fueron tanto músicos como *managers* y técnicos.

La siguiente pregunta en la encuesta fue: ¿desde que comenzó la contingencia has formado parte de algún colectivo o agrupación que genere estrategias de apoyo mutuo o que solicite apoyos o representación frente a instituciones públicas o privadas para mejorar las condiciones de la industria de la música?

Afirmativamente respondieron solamente seis personas. Dos lo hicieron con el colectivo “Los Jalacables”, uno al llamado “Artistas sin rostro”, un colectivo formado con promotores del entretenimiento y el grupo de artistas latinoamericanos “La unión hace la fiesta”. Una persona no mencionó el nombre de la agrupación o colectivo.

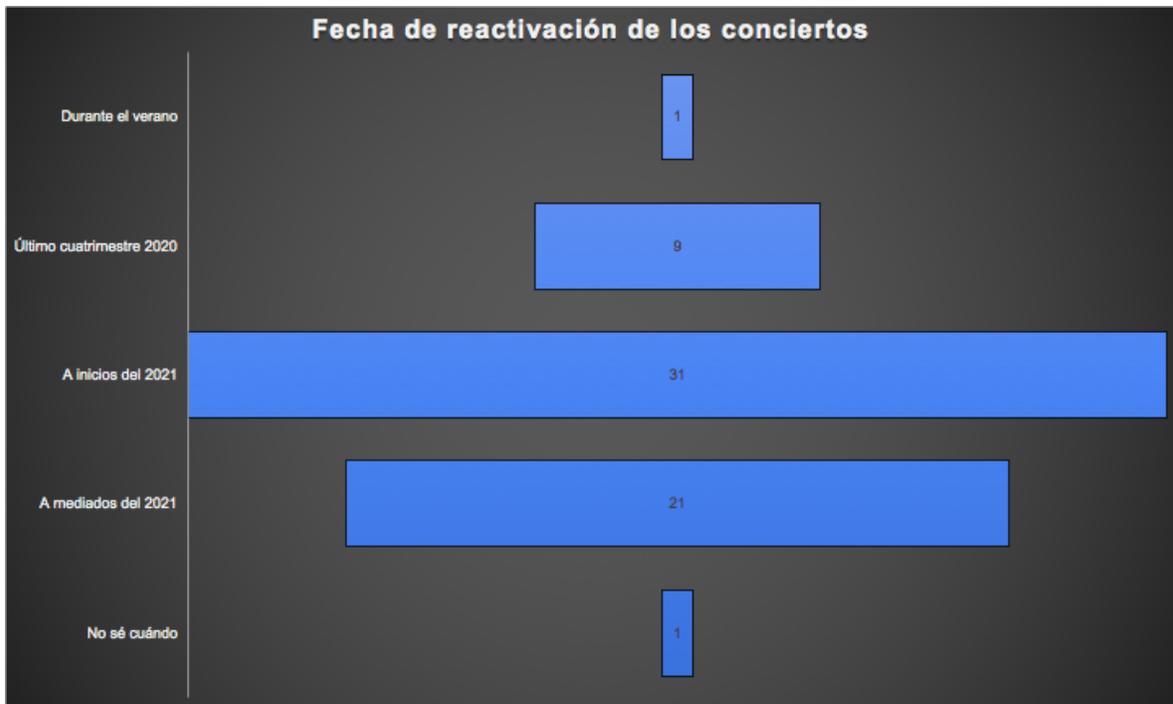
Las siguientes dos preguntas del cuestionario fueron abiertas, por lo que las respuestas fueron muy variadas. La primera pregunta fue: ¿Qué medidas consideras necesarias para reactivar y mejorar la situación de la industria de la música en este tiempo de contingencia? Algunas respuestas que destacamos son las siguientes:

- Crear más contenido/plataformas online monetizadas.
- Para reactivar creo que será paulatinamente haciendo conciertos streaming hasta que gradualmente se vayan reactivando shows ya con público y para mejorar creo que todos nos hemos dado cuenta que es necesario estar más unidos músicos y staff para cuando ocurran situaciones de este tipo.
- Únicamente conciertos con artistas locales / nacionales (con un aforo controlado).
- Apoyos del gobierno para el sector artístico, estímulos y becas para proyectos por adelantado, creación de grupos de discusión entre los músicos para implementar proyectos viables que remuneren.
- Darle oportunidad a nuestra industria de activarse. Sanitizando espacios así como equipos.
- El apoyo por medio de marcas, gobiernos y ayuntamientos para realizar shows a distancia pagados para los artistas.
- Tiene que haber un ajuste en los modelos de promotores, venues y artistas para que al público le sea llamativo el regresar a eventos cuando todos hemos sido o pactados económicamente y para la mayoría estos serán un lujo.

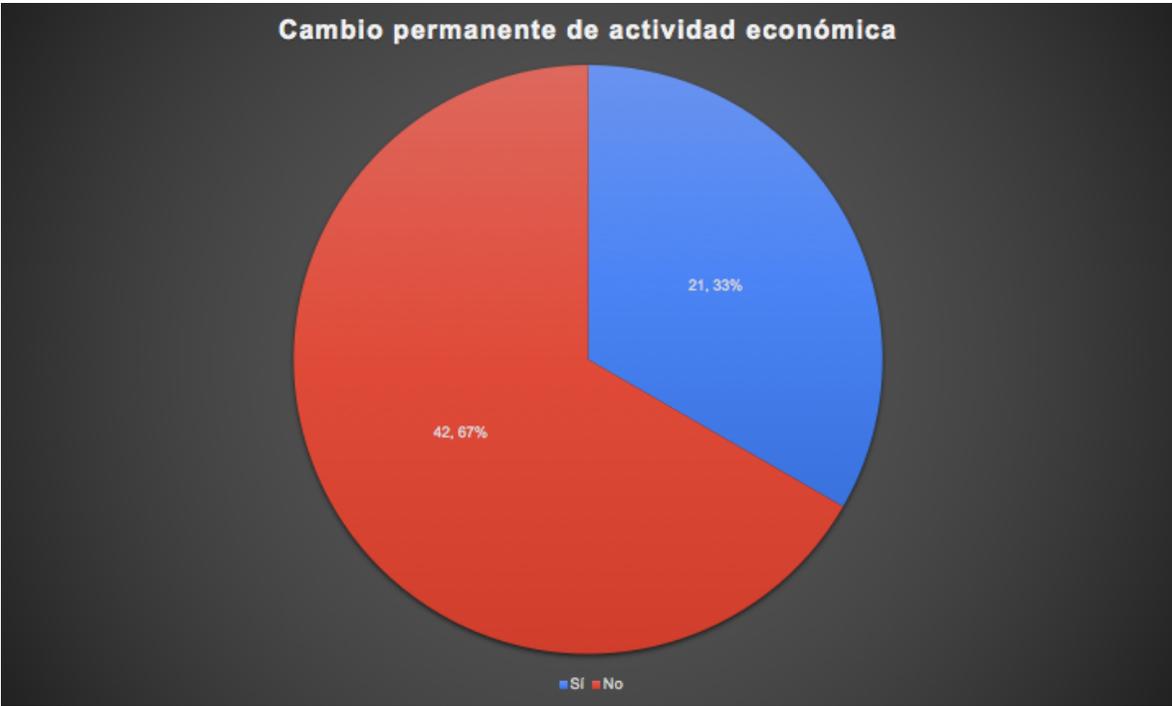
La segunda pregunta fue: ¿Qué consideras que pueden aportar los miembros de la industria de la música para que esta situación mejore? Respuestas destacadas son las siguientes:

- Generar conciertos o festivales con propósitos de fondeo para distintos miembros de la industria que se quedaron sin trabajo.

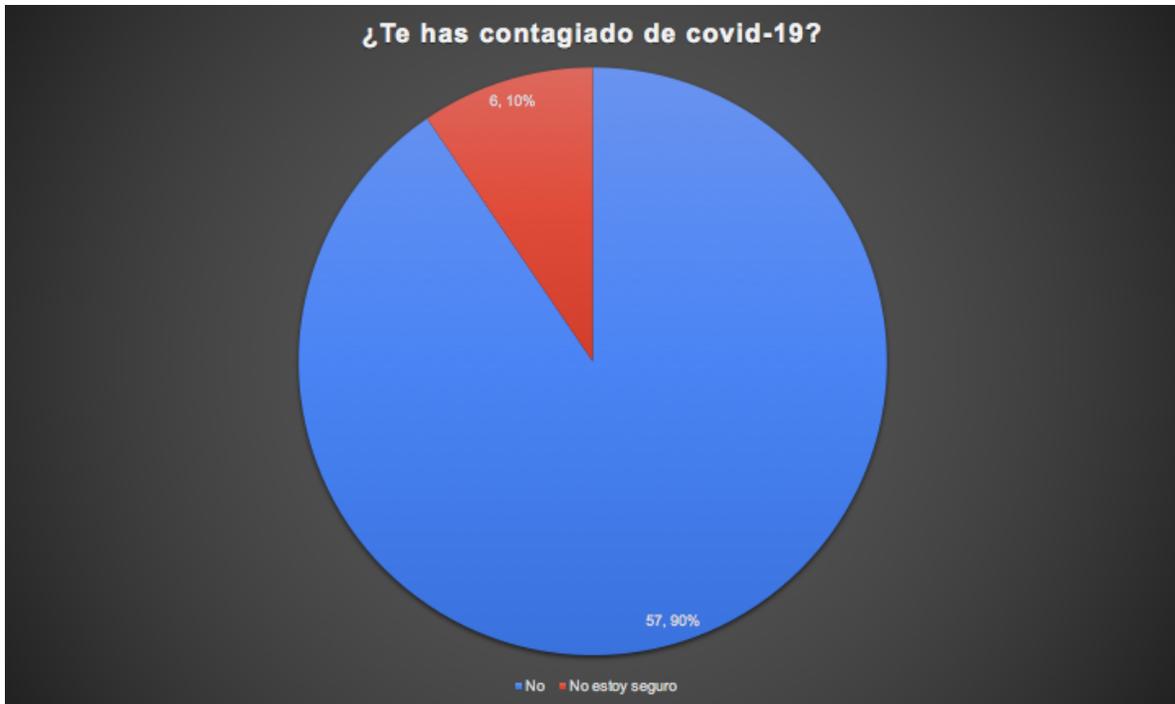
- Respetar las medidas de higiene y concientizar sobre su ayuda.
- Presupuestos más accesibles, tanto de locaciones como de promotores y bandas para que el aforo tenga margen de espacio aunque todos ganaríamos menos pero por lo menos sería un empuje para reactivar.
- Organización periódica para formar un gremio fuera del sindicato de músicos.
- Tomar las medidas de precaución en los distintos foros y lugares donde se están haciendo los streamings para no darle pie al gobierno a que nos cancelen ese tipo de actividades.



Para la mayoría de los encuestados los conciertos no se reactivarán sino hasta el próximo año. Nueve personas creen que es posible regresar a actividades a partir del último cuatrimestre de 2020, mientras que para 52 de los encuestados la actividad en los conciertos en vivo se reanudará hasta el 2021.



Les preguntamos a los encuestados si dada la situación actual habían considerado cambiar permanentemente de actividad económica. La tercera parte respondió que sí. Quizá hubiera sido necesario preguntar específicamente si estaban pensando en sustituir permanentemente el ingreso que generan de la industria de los conciertos.



Seis de los 63 encuestados respondió no estar seguro de haberse contagiado de covid-19. Quizá presentaron algunos síntomas y malestares, pero no se hicieron ninguna prueba para confirmar o descartar la enfermedad. Afortunadamente 90% de los encuestados respondió no haberse contagiado de covid. Nadie respondió de forma afirmativa. Por ende, nadie requirió de servicios hospitalarios.

5. Conclusiones

1

Los **conciertos son vitales** para la industria de la música alternativa local en el AMG

Como experiencia es muy gratificante, uno se duerme con una sonrisa y eso es muy bonito (Cyneli Chávez, comunicación personal, 2020).

La importancia de los conciertos para la industria musical de la AMG es innegable. Una razón es que muchos de los que trabajan en esta industria, tanto músicos como técnicos y *managers*, lo hacen por la pasión, por el gusto y el amor que le tienen a la música. De alguna u otra manera quieren que la música siga viva, que se siga produciendo, difundiendo, produciéndola en vivo, haciéndola llegar a las audiencias y haciéndolo de la mejor manera posible. Para muchos este es su estilo de vida, algo que han hecho desde siempre, o al menos, durante su vida profesional.

La importancia de la música para la vida y para la sociedad no es materia de esta investigación, pero como hemos escuchado en repetidas ocasiones durante el confinamiento, no hubiera sido posible sobrellevar esta crisis de la misma manera sin ella.

Durante un poco más de la mitad del siglo pasado la industria de la música estaba basada en la venta de discos. Los artistas grababan sus producciones en los estudios que las propias disqueras tenían y se generaban fortunas por la venta de discos.

A partir del desarrollo de la tecnología que permitió la digitalización de la música, y las consecuencias que esto trajo, como la distribución ilegal de la música a través de internet, aunque desde antes la piratería de discos compactos empezaba con el descalabro de la industria de la música y las disqueras, y que

actualmente se ha contrarrestado con los servicios de *streaming*, pero que generan ganancias por concepto de regalías mucho menores que las que se percibían en épocas anteriores por la venta de discos, provocaron que la principal fuente de ingresos para los músicos y los artistas sean las presentaciones en vivo.

En nuestra ciudad, una banda que supo sortear esta transición y manejarla con total éxito fue Maná. “Hoy Maná es una industria internacional multimillonaria y que ha sabido migrar perfectamente de ganar de vender discos, a ganar... lo que sucede ahora es, pues, de presentaciones en vivo” (Andrés Villa, comunicación personal, 2020). Esta banda es una referencia para toda la escena tapatía. Músicos, *managers*, y técnicos la mencionan como un caso de éxito y ejemplo a seguir.

Cyneli Chávez, miembro de la banda Neptuna, nos platicó que cuando se acercaron por primera vez a la SACM que “nos decían que realmente el músico, al músico lo que más le va a hacer, digamos, generar economía a través de su música es en los conciertos” (2020). En ese mismo sentido Mariana Wong (2020) nos dijo:

La actividad más grande, como te digo, que es como la que más genera ingresos para todos son los shows en vivo. De ahí en fuera los artistas generan de su música, de las reproducciones, de los videos en las plataformas digitales, pero mayormente el ingreso tanto para los artistas como para el equipo que hay detrás es los shows en vivo.

Actualmente la grabación de discos, la compra de instrumentos y equipo, la educación, capacitación, y los ingresos de los músicos se financian de los conciertos. Además, podemos decir que, gracias a los conciertos de las bandas de música alternativa que radican en el AMG se genera, en promedio, trabajo para cinco músicos y cuatro personas de *crew* por presentación. En promedio los músicos ganan 3,600 pesos por show y los miembros del *crew* gana 3,608.

Con estas cifras, si todos estos proyectos tuvieran una presentación el mismo día, se generarían 1'848,624 únicamente por las ganancias de los músicos y su *crew*.

Además es importante mencionar que los conciertos generan muchos más empleos relacionados con la venta de alimentos y bebidas, boleterías, personal de seguridad, de limpieza de los foros, de las compañías de renta de equipos de audio, iluminación y video, de la renta de escenarios y estructuras o carpas, los que venden dulces afuera de los foros o hasta los viene-viene, solo por mencionar algunos. Además gracias a los conciertos los gobiernos recaudan una muy buena cantidad de impuestos. Igualmente se vinculan con otros sectores como el turismo y el transporte. Pero conocer a fondo cuál es toda la economía que activan o se genera gracias a los conciertos deberá ser objetivo de otro estudio.

Recordemos que en nuestra investigación únicamente tomamos una pequeña muestra de todo el universo de géneros musicales que se desarrollan en el Área Metropolitana de Guadalajara.

Ésta es mi manera de vivir. Realmente disfrutas lo que haces. Yo he dicho que el día que no disfrute un show, yo me retiro y tan-tan (Armando “Rostro” Jiménez).

2

No existen **escuelas integrales** para los **técnicos, ingenieros, *stagehands*, *managers* y *riggers***

Tres cuartas partes de los miembros de la industria de los conciertos cuentan con una licenciatura, de ellos únicamente 20% lo hizo relacionado con su trabajo en la industria de los conciertos. En el Área Metropolitana de Guadalajara

Al parecer en el Área Metropolitana de Guadalajara no existen escuelas o academias donde los que trabajan en esta industria puedan recibir una educación integral, pues es necesario capacitarse en temas relacionados con aspectos técnicos como producción y *rigging*; de promoción como mercadotecnia, publicidad, *management*, *booking* y gestión de proyectos, gestión cultural o negocios de la música. También se mencionó lo relacionado con temas legales y administrativos.

El papel que las escuelas de audio han tenido en el desarrollo de los técnicos en esta disciplina ha permitido que al día de hoy existan ingenieros de audio altamente capacitados y con competencias para ponerlos a la par de sus pares internacionales. Lo mismo que el papel que han desempeñado las compañías de audio, video e iluminación que ha facilitado la actualización de los ingenieros, que les permite el constante contacto con los equipos y la constante práctica. Gracias a estas compañías los técnicos y sobre todo muchos ingenieros de iluminación se han formado y desarrollado dentro de y gracias a las compañías.

En el caso de las escuelas de audio es necesario mencionar el trabajo pionero que tuvo Mauricio “Magú” Ramírez con Dynamix. Después aparecieron otras escuelas como Uxmalase y Sonicos, o universidades de música que ofrecen cursos en audio como Fermatta. También existen otras academias donde es posible acceder a educación para esta rama. Sin embargo en otras áreas de trabajo dentro de la industria de los conciertos no han existido escuelas formales como en la iluminación, equipos de video, *rigging*, electricidad enfocada al espectáculo o escuelas donde te enseñen los conocimientos necesarios para poder ser técnico de escenario. Escuelas o academias que te enseñen y te actualicen sobre normas, medidas de seguridad y te actualicen constantemente en las nuevas tecnologías y equipos.

Carlos Rosanoff nos platicó en su entrevista que en México hay “técnicos altamente calificados, casi todos autodidactas” (2020). Aunque no considera que sea algo malo, el problema viene cuando se busca competencia laboral. También nos platicó del intento que se hizo en la Ciudad de México con el Taller Nacional de Producción Escénica, que a pesar de haber realizado coloquios sobre la educación en esta rama en otros países como en Europa y de intentar organizar diplomados con miras a crear una universidad, el proyecto no se llevó a cabo al no poder realizar los registros necesario para establecerse como centro de educación.

Compañías de audio, iluminación o video como ProColor, ProSound, Acme, Global Stage o Light Show han sido los centros de educación y desarrollo de estos ingenieros y técnicos. Asimismo, el trabajo de los miembros del gremio de

transmitir su conocimiento y capacitar a los compañeros ha sido fundamental para que surjan nuevos talentos. Así fue el caso de Jorge “Oso” Espinoza, que gracias a sus mentores Jorge “el tío” Garrido y su hijo Giovanni recibió mientras trabajaba con ellos en Light Show aprendió no solamente a operar los equipos, también sobre temperatura del color, sobre estética, planos dentro del escenario etc. Otra persona que también hizo escuela en iluminación y capacitó a varios técnicos e iluminadores fue Fernando Albanés. Armando “Rostro” Jiménez nos platicó que “ya como en el 2000 Fernando empezó a dar cursos a mucha gente, ya cuando caímos al Hard Rock. Primero era su ayudante el *roadie* del bajo de Cuca, se cayó y entró Ziggy” (2020). Ziggy trabaja actualmente como jefe de iluminación en el Teatro Diana.

El papel de mentores que muchos han tenido dentro del gremio de la industria del espectáculo es reconocido por los mismo miembros, quienes, como se comenta por la mayoría de los encuestados y entrevistados para esta investigación, se capacitan y forman de manera autodidacta, así como Mariana Wong, *personal manager* y *tour manager*, quien nos dijo: “Literalmente lo aprendí haciéndolo. [...] Empecé con bandas y proyectos muy pequeños y vengo también a amigos míos que se dedican a esto; yendo a los conciertos, literalmente, poner atención a todo lo que se hace, quién lo hace, cómo lo hace, literalmente lo he aprendido viendo y haciéndolo” (2020).

En el caso de “Rostro” lo hizo siendo brazo derecho de Chela Contreras, empezando a trabajar como *stage hand*, posteriormente aprendió de “La Vitola” y del “Totó”. Rodolfo González, además de estudiar en Dynamix nos platicó que donde aprendió más fue siendo el achichinle de Magú durante dos años.

Así como “Rostro” empezó desde abajo, siendo *stage hand*, José Carlos “Joe” Castro una de las rutas que hay que tomar para ir escalando posiciones dentro de la industria comienza trabajando como *backliner*. Camino que toman muchos músicos, para quienes su conocimiento y habilidades como tal son lo que les ha permitido hacerlo.

¿Qué aptitudes y conocimientos deben de tener los que trabajan en la industria de la música para que puedan ir subiendo de puesto, como comenta

Joe? Para que los que comienzan su trabajo y experiencia en la industria, digamos, como *backliners* puedan ir subiendo de puesto. ¿Qué educación o preparación es la que deben de ir adquiriendo en el camino? Como también nos mencionaba Joe, el trabajo de técnico solo es necesario en los conciertos. “El trabajo como técnicos sólo existe en el escenario”, dice Joe. Si no hay conciertos, no se necesita el trabajo o los servicios de los que trabajan alrededor de los proyectos. Al menos en la parte técnica.

Además de la profesionalización de los técnicos en su área de especialización, quizá sea necesario que se capaciten y preparen en otras áreas o disciplinas para que puedan estar desempeñándose en en otras actividades que ayuden a que los proyectos musicales crezcan, vincularse con las bandas en otras áreas como el booking, la gestión de redes sociales, grabación, mantenimiento de los instrumentos, etcétera.

Con escuelas especializadas en la industria de los conciertos sus estudiantes no solo se podrían como técnicos y operadores, sino que pudieran desarrollar otras habilidades y conocimientos para convertirse en diseñadores de espectáculos, como a los que contratan en Europa o Estados Unidos artistas como Maná y Alejandro Fernández. En Guadalajara, y en general en México, se cuentan con las herramientas y los equipos de última generación, Lalo Sandoval que los equipos nuevos tardan en llegar al país un par de meses, por lo que es posible pensar en que se puedan desarrollar talentos de este tipo en Guadalajara. En la Ciudad de México ya existen instituciones educativas que ofrecen carreras en estas áreas, como la Universidad Anáhuac o el SAE Institute. En Guadalajara una institución que está impulsando esto es Sensorium. Además, estas escuelas podrían ofrecer capacitación y preparación en otras materias teóricas como en artes, gestión, administración y en legislación para que, en situaciones, como las que se vive actualmente a consecuencia del covid-19 no sean tan complicadas.

A continuación explicamos cómo son las condiciones laborales dentro de la industria de los conciertos, tanto para los músicos y artistas, como para todos los que trabajan en colaboración con ellos para que los conciertos se puedan llevar a cabo.

Condiciones laborales: No todo es miel sobre hojuelas

Aunque el mundo del espectáculo y los medios suelen mostrarnos la vida llena de lujos de los artistas y las estrellas del rock, no es así en todos los proyectos. De hecho, es así para un grupo muy reducido. Durante su trayectoria es necesario arriesgar, invertir y otras veces perder dinero para continuar trabajando y tratar de permanecer dentro de la industria. La oferta económica para algunos shows a veces parece ser buena, “Pero ya empiezas a hacer cuentas y empiezas a hacer un balance y al final uno como artista se queda con nada. Porque le pagas al staff al del audio, la gasolina, tus comidas, tu hospedaje... entonces llega un punto en el que te quedas a tablas” (Cyneli Chávez).

Invertir en equipo, en instrumentos, pagar grabaciones, los viajes, honorarios de productores, el pago del personal que trabaja en los conciertos, a veces deja en números rojos a los artistas o los proyectos. Hay proyectos que se encuentran en una etapa de su carrera en la que apenas sacan para completar su nómina, y otros que ya se consolidaron y tienen ingresos que les permiten liquidarla sin problema y reinvertir en otro disco, otro instrumento o en organizar la siguiente gira. Muchas veces los sueldos que reciben los músicos o los que pueden pagar a su equipo técnico residen en la etapa en la que se encuentren.

Algunas veces los miembros del equipo técnico de trabajo están expuestos a más accidentes o a situaciones en las que existen más riesgos. Quienes trabajan en este sector nos platicaron varios de los accidentes que les ha tocado presenciar o conocer sobre ellos: accidentes de coche que mantuvieron a un colega convaleciente en silla de ruedas por un par de años, caídas de personas desde los soportes que han provocado desde lesiones en la espalda y costillas hasta muertes o electrocutadas que han provocado la pérdida de extremidades.

Hace poco, no sé si te enteraste, hubo una producción en Chapala en donde se cayó una de las luces del escenario y, por cuestión de un metro nada más, no le

cae en la cabeza al vocalista que está cantando. Pero le cayó en el brazo de la guitarra y se le rompió completamente, porque ya ves, las luces del escenario son unas cosotas que pesan muchísimo, están colgadas allá. Y como que la producción no se aseguró de ese tipo de cosas y se cayó, le cae encima de la guitarra, se hace pedazos, y fue un pedote que, o obviamente esta banda demandó y la producción se tuvo que hacer cargo de reparar esos daños que fue su guitarra que se rompió y también... se metieron en problemas por no tener las condiciones de seguridad debidamente aprobadas por Protección Civil y cositas así.

Esta historia nos la contó Josh Perales (2020), guitarrista de Charles Ans. ¿Qué hubiera pasado si esa lámpara le hubiera caído en la cabeza al músico? Muy posiblemente lo hubiera matado, pues el peso de esos equipos es bastante. Más allá de cargar los equipos y conectarlos correctamente, la importancia de los conocimientos, las habilidades, la conciencia y la responsabilidad de los que trabajan en la industria de los conciertos radica en lo que pueden prevenir. Coincidimos con Rodolfo “Rudolf” González (2020) en que “hay que ser bien profesional en esta chamba porque puedes matar a alguien. Lo feo de esto es no trabajar con compañías profesionales, porque pueden tener un cable suelto y te puedes quedar por ahí pegado”. Así como sucedió con Carlos Rivolta, bajista de la banda catalana Dusminguet durante su presentación en el Bar Kronos de Guadalajara, quien falleció electrocutado en abril de 2002.

Y precisamente hasta este punto es que retomamos la importancia de la frase “*safety first*: seguridad ante todo”. Pues, ante la falta de prestaciones, de seguro médico, de lo complejo de los equipos, y la facilidad con la que suceden los accidentes es que la regla de oro de la industria de los conciertos es esta.

También existe el riesgo de sufrir un accidente en los traslados que se realizan entre ciudades para realizar los shows. La gran mayoría de los traslados se hacen por carretera y bastantes son las bandas y miembros de los crews que han tenido accidentes. Algunos de los cuales han sido fatales. Esta es una de las características del modelo de trabajo de la industria de los conciertos que más se cuestiona por sus miembros y en la que se sienten más desprotegidos, pues en

caso de que, a consecuencia de un accidente en carretera existe el riesgo de ya no poder seguir trabajando, y la posibilidad de estar recibiendo un sueldo por incapacidad no existe en esta industria. Además de que está la duda de quién es el que debe de pagar o hacerse responsable por los gastos derivados de un accidente.

En estricto sentido, del universo de 63 personas que respondió nuestra encuesta, sólo hay un trabajador que sí es trabajador y 17 prestadores de servicios a los que se les trata totalmente como prestadores de servicios. De ellos, sólo catorce están dados de alta en el SAT. El resto (49 personas) se encuentra en un limbo de informalidad, que no sólo se da cuando una persona no está dada de alta en Hacienda, sino que, fundamentalmente, ocurre cuando la gente labora bajo una figura jurídica de forma “oficial”, por ejemplo, como prestador de servicios, pero se le trata laboralmente —y extraoficialmente— como si fuera trabajadora (y viceversa).

Deberían de empezar por exigir la documentación idónea que acredite una relación jurídica laboral. Y si el contratista o patrón determina que no es una relación laboral, entonces deberían empezar por exigir el documento que acredite una relación civil de prestación de servicios, y segundo, debería pedir que no se le trate como trabajador [...] Y en ese sentido, también yo ya no estoy amarrado completamente a tí. Y si vengo contigo en la mañana a hacer tal cosita, tengo todo el derecho a irme por la tarde con otro contratista que me requiera para otro servicio.

—Martín Mejía, abogado de HELT (comunicación personal, 2020).

Efectivamente, la mayoría de los que trabajan dentro de la industria de la los conciertos, tanto músicos, *managers*, *bookers*, ingenieros de audio e iluminación, técnicos de escenario y productore, lo hacen bajo una modalidad de pago por evento, lo que provoca que no tengan el acceso a prestaciones como el Seguro Social, a obtener un crédito para la vivienda o a un fondo de ahorros. Estos los tiene que generar cada individuo en lo particular.

Nunca se ha contado con ningún seguro médico. Supongo que trabajando en una empresa sí se debería de contar con alguna prestación así, pero generalmente la gente que trabajamos en audio, o en cuestión de eventos, en la parte técnica, siempre lo hacemos como freelance. Nosotros, puedo decirte que de alguna manera somos beneficiados porque somos dueños de nuestro propio tiempo y cobramos lo que en algún momento queremos, y que si nos lo pagan, está chido, pero también nos arriesgamos a esa parte. O sea, nosotros cobramos nuestros honorarios, y si algo nos pasa, pues es responsabilidad nuestra [...] Siento que esto no ha cambiado, no porque no pueda cambiar, sino porque no hemos querido que cambie.

—Lalo Plaza, ingeniero de audio (comunicación personal, 2020).

Aunque no forman parte de nuestro objeto de estudio, las compañías de renta de equipos, además de su ya mencionada importancia para el sector, también son un ejemplo (algunas) de buenas prácticas laborales. Muchas de estas compañías tienen a todos sus trabajadores con sueldo base y las prestaciones de ley. Uno de los entrevistados nos platicó que él, mientras trabajó en una empresa de renta de equipo pudo cotizar para comprarse su casa.

Otro ejemplo similar ocurre con algunos proyectos del género gruperero. Jorge “Oso” Espinoza nos comentó que, varias de estas agrupaciones tienen a sus empleados asegurados y con prestaciones. Pero para este tipo de proyectos la cantidad de presentaciones les permite ofrecer a sus trabajadores sueldos fijos. Pero él mismo reflexionó que cada vez hay más proyectos y se hace más complicado mantener volúmenes constantes de trabajo que permitan este esquema de trabajo. “Cada vez es más difícil al menos en el rock y el pop, o estos géneros que no son como regional mexicano, lograr eso” (Espinoza).

No preguntamos al respecto en la encuesta para hacer un cálculo sobre cuántos de los que trabajan en la industria de los conciertos lo hacen con contrato, pero podemos deducir por lo que nos platicaron durante las entrevistas que son muy pocos los que lo hacen. A lo mucho lo que hay son contratos o acuerdos verbales.

Otro problema que hay dentro de la industria es la configuración de los

modelos de negocio, pues parece que ninguna banda se forma como una organización o una empresa. Dejamos aquí un tema abierto para otra investigación, que se sirva para entender por qué razón la industria de los conciertos no permite el desarrollo de empresas que permitan la generación de empleos más estables y que permitan a los trabajadores de la industria de los conciertos, y a los mismo músicos y artistas acceder a las prestaciones.

Javier Martín del Campo (2020), guitarrista de La Revolución de Emiliano Zapata, nos dijo en entrevista:

Realmente yo considero que sí, uno como patrón debería afiliarlos de alguna forma con todos los beneficios de la ley. Pero no está tan fácil, ya que ni uno mismo es como una empresa. A lo mejor no estás dado de alta ante Hacienda o ante la Secretaría del Trabajo como una empresa, pues porque los trabajos no son seguros. No es como una empresa que tiene un taller de costura o algo así por el estilo que necesitas personal. No es así.

No una, dos o tres veces. Durante todo el proceso de investigación, sobre todo en las entrevistas, la gran mayoría de los entrevistados coincidieron en que del Área Metropolitana de Guadalajara, la única banda que tiene una oficina que paga sueldos fijos y que ofrece las prestaciones de ley a todos sus empleados es Maná. Una de las razones que nos comentaron tiene que ver con la visión que ellos tuvieron desde el comienzo de su carrera de trabajar de esta manera, y lo lograron. Y por tal razón son una referencia y ejemplo para las bandas y artistas de esta región, y quizá de todo México.

Por esta razón es que hemos considerado en hacer un estudio de caso sobre este proyecto, al considerarse uno muy exitoso, no solamente en lo que a la carrera artística se refiere, sino como una empresa del entretenimiento o como empresa creativa, o simplemente como empresa.

Varios de los entrevistados coincidieron en que existe una desigualdad en los salarios que se pagan en el Área Metropolitana de Guadalajara respecto a Monterrey o a la Ciudad de México. En algunos puestos y actividades la diferencia es del doble (a veces más), y no es precisamente a que el costo de la vida en

Guadalajara sea de la mitad de lo que cuesta hacerlo en la Ciudad de México. A veces nos parece que es una idea que se ha perpetuado y, no solo en la industria de los conciertos, sino en todos los sectores, la cotización de los empleos es mucho más baja en el AMG respecto a la Ciudad de México.

Esto ha provocado que muchos de los proyectos que se forman en esta región terminen migrando a las ciudades que ofrecen mejores sueldos y oportunidades.

4

La **industria de la música** alternativa en el AMG sigue siendo un **mundo de hombres**

¿Cómo va a haber una mujer? Incluso yo tengo una hermana que me dice: a mí me gustaría hacer lo que tú, y yo, no. No quieres entrar en este medio porque, pues es un medio de gente llevada, de albuces. En cierto sentido somos como medio albañiles, entonces es ¿por qué no hay mujeres albañiles? Porque no está chido, es una chamba de desgaste físico y todos conocemos o sabemos de la reputación de los albañiles en ese sentido.

—Jorge “Oso” Espinoza, ingeniero de iluminación (2020).

A pesar de que este apartado no formaba parte de nuestros objetivos de investigación originalmente, decidimos incluirlo al convertirse la ausencia de las mujeres en una constante que apareció intermitentemente al momento de indagar sobre otros ejes de la industria local de música alternativa.

De las 63 personas que respondieron a nuestra encuesta, sólo nueve (14%) fueron mujeres y una persona respondió “otro”. Ocho de las mujeres que respondieron el cuestionario son músicos, una es *manager*, *booker* y *personal manager*. Quien respondió “otro” indicó que es “organizador y músico de banda”.

Desde que hicimos el censo de los proyectos artísticos locales, la supremacía de los hombres es evidente: de las 57 bandas y artistas de música independiente, solo once proyectos musicales cuentan con participación de las

mujeres. De estos proyectos, tan sólo tres tienen solistas mujeres, y dos están integrados exclusivamente por mujeres. Únicamente un proyecto es liderado por mujeres. Los otros cuarenta proyectos son integrados por hombres.

Otro dato apantallante (esperemos): en las 77 páginas de transcripción de entrevistas que tenemos como parte de la recopilación de información para este proyecto, sólo se menciona la palabra “mujer” 25 veces. Es más, la fuerte presencia masculina se reproduce inclusive en nuestra selección de sujetos a entrevistar: 21 hombres *versus* tres mujeres.

Siempre ha habido comentarios o actitudes que te hacen sentir como que tú no puedes hacerlo o que ¿tú qué haces aquí? Yo la verdad me considero de un carácter muy fuerte, que eso es lo que he tenido desde que he empezado Y he logrado darme a respetar, digámoslo así, porque sí hay muchos comentarios fuera de lugar en este trabajo. Para todos, pero para las mujeres en general, cuando te metes en esta industria que está llena de hombres, siempre hay comentarios y siempre hay actitudes que no deberían o que no te dan tu lugar, cosas de ese tipo, que creo que muchas mujeres han logrado brincar esa barrera. Darse su lugar y que la gente y su equipo o los que están fuera entiendan que tú estás ahí trabajando, y que así como él está haciendo su trabajo, tú también y entre los dos se tienen que respetar y apoyar.

—Mariana Wong, *personal manager* y *tour manager* (comunicación personal, 2020).

A lo largo de las entrevistas se inquirió en repetidas ocasiones por la proporción de mujeres que los entrevistados consideraban que laboran en la industria de la música. Las respuestas variaron entre 90% de hombres contra 10% de mujeres y, en algunas ocasiones, 70% de hombres contra un 30% de mujeres.

Tengo rato, de hecho, que no trabajo en proyectos fuertes con mujeres, entonces no recuerdo ahorita como comentarios. Pero comentarios en bandas en las que he estado, sí. O sea, solía estar en bandas donde había tres chicas y todo era meramente carreta, o sea, era carrilla, pero sí son comentarios respecto a, ya sea la apariencia física de ella, o de la típica de “Oye, ayúdame a cargar esto. Ay no,

porque tú no puedes, eres mujer”.

—Josh Perales, guitarrista y productor (comunicación personal, 2020).

Parece que las mujeres que se desempeñan en esta industria lo hacen más desde puestos directivos o administrativos. Los entrevistados que mencionaron conocer mujeres que se desempeñaran en el montaje de los conciertos, dijeron que son muy pocas (“una o dos”) o que se las encuentran más bien en países como Estados Unidos. El acoso y la subestimación a las que laboran actualmente en la industria se manifiesta todavía por medio de comentarios y la poca inclusión de personas del género femenino en los proyectos (ya no se diga de géneros no binarios o trans).

Esto deja varias ventanas abiertas para posibles investigaciones futuras: ¿Cómo aparecen representadas las mujeres que pertenecen a las bandas locales de la AMG? ¿Cómo se visten? ¿Qué mensajes transmiten en la música que hacen? ¿Qué otras mujeres (no sólo artistas, sino profesionales de todas las áreas de la industria de la música alternativa local) fueron omitidas de esta investigación y sería interesante consultar? ¿Cómo son las dinámicas laborales de quienes se identifican con el género femenino y trabajan en esta industria? ¿Cómo se dan las interacciones entre ellas y sus compañeros de trabajo?

Todas estas, interrogantes que valdría la pena responder, sobre todo atendiendo a los cambios y la nueva conciencia que ha surgido en una gran parte de los habitantes del AMG con respecto a la construcción de los géneros y el machismo recalcitrante que continúa rigiendo muchas de nuestras relaciones humanas.

La **pandemia por covid-19** ha evidenciado la **precariedad laboral** en la que se desenvuelve este sector

Me afecta al 100% porque cómo es una enfermedad muy contagiosa, no hay manera de que se puedan hacer eventos. entonces hay que inventar nuevas maneras para poder vender tu trabajo, y si no es esto, pues encontrar la manera de tener ingresos.

—Rodolfo “Rudolf” González *production manager* e ingeniero de audio, comunicación personal (2020).

Como ocurrió en el caso de muchos otros sectores, el paro laboral por covid-19 que tanto se ha mencionado a lo largo de este documento golpeó a la industria de la música local alternativa del AMG y la dejó viendo pajaritos y haciendo bizcos en el suelo. Hasta hoy (14 de julio del 2020, cuando cerramos esta investigación) es difícil decir si se ha levantado del todo.

Los datos que arrojó nuestra encuesta y las entrevistas que realizamos sólo han puesto en evidencia que el sector sigue balanceándose en una delgada línea de precariedad laboral que se vuelve todavía más difícil de combatir al comprobarse que, a pesar de que diversas iniciativas han surgido o se han empezado a movilizar gracias a la necesidad económica y laboral que ha traído la pandemia, la mayoría de los actores de este sector continúan profundamente desvinculados y no cuentan todavía con una voz lo suficientemente sólida y confiable para ellos que los convierta en un ente con mayor protección y acceso a una representación política. Sólo nueve de los 63 encuestados declararon pertenecer a alguna organización gremial. Además, 63% de los encuestados no han formado ningún tipo de alianza con otras personas, instituciones y espacios con la intención de generar nuevas oportunidades de empleo:

Es muy triste, pero esta es una industria un poco celosa de sus elementos, entonces no ha habido, no hay una institución, ni una voz común que nos junte y

que diga “A ver, oigan, estamos en esta situación”. Lo que sí ha sucedido es que, a diferencia de en cualquier otra situación, nos estamos buscando. No hay un concentrador, no hay una cámara, que sea de los que se dedican al entretenimiento, o a los inmuebles... que exista, entonces que se reúnan, entonces que hablen y entonces que lleguen a acuerdos. Eso es triste, pero lo que ha hecho esta situación es que nos hablemos: “Oye, ¿y tú estás haciendo esto?” —Karla Zapata, coordinadora general del Teatro Diana (comunicación personal, 2020).

Así, el primer dato arrojado por el cuestionario que sale a la luz es 59% de los encuestados que no está realizando ninguna actividad remunerada dentro de la industria de la música desde que inició la contingencia. Recordemos que a 93% de los encuestados se les paga por evento y que desde el 17 de marzo todos los conciertos están en paro.

Ahora bien, resulta importante nuestro hallazgo sobre el otro 41% de este sector que está recibiendo ingresos por parte de la música: solo 2 de ellos no son músicos. Esto no habla, de nuevo, de que inclusive dentro de la precariedad laboral que invade a todo este sector hay niveles: los técnicos, ingenieros, *managers*, *bookers* y productores están viviendo un paro laboral todavía más fuerte que los artistas.

Ahora bien, sólo el 49% de los encuestados declaró estar realizando alguna actividad remunerada fuera de la música y 21 personas (33% del total) no están realizando alguna actividad remunerada, es decir, están sobreviviendo por medio de sus ahorros o algún préstamo.

Un tremendo 90% de los trabajadores de este sector declararon no estar recibiendo ningún tipo de apoyo por parte de sus empleadores en la música. Esto nos habla, otra vez, del esquema de pseudo-prestadores de servicios que se ha prolongado, en parte, por la desorganización de este sector, por la negligencia de los empleadores y por la comodidad de los empleados de no descontar impuestos a sus salarios y manejar sus propios horarios de trabajo:

Si nosotros tenemos una buena racha de shows, ganamos muchísimo más que

cualquier persona de buen puesto, y trabajando muchísimo menos. El problema es con situaciones como la que estamos viviendo ahorita”. No tienen honorarios, seguros, respaldos. “Si ahorraste, chido, y si no ahorraste, pues pelas. Pero te digo, tiene que ver también con nosotros. Si nosotros no formamos, no quiero decir un sindicato o una sociedad. Si no hacemos un grupo de trabajo en donde tengamos nosotros mismos esos fondos, o generemos nosotros mismos esos fondos, pues a las empresas o a las bandas en realidad les va a ser indiferente, porque gente de técnicos van y vienen.

—Lalo Plaza, ingeniero de audio y *manager* de producción (comunicación personal 2020).

El saldo que ha dejado el paro laboral hasta junio 2020 es de al menos veinte personas de las encuestadas que están cubriendo sus gastos por medio de préstamos y sus ahorros. Hasta ahora, nadie de los encuestados declaró haberse enfermado de covid-19 o tener algún familiar contagiado, pero esto sin duda sería un golpe duro para la economía de varios de los trabajadores de la industria.

Imagínate. Yo no trabajo desde la última semana de febrero. Llevo marzo, abril, mayo, una semana de febrero y lo que va de junio. Me he visto en la necesidad de empeñar cosas, de amarrarme la tripa en otras cosas. Güey, te puedo decir que hace cuatro meses que no voy a comerme una hamburguesa. Puede [inaudible] algo bien tonto, pero no lo he hecho porque prefiero cocinar porque ahorro y voy mareándomela.

—Armando “Rostro” Jiménez, ingeniero de audio (comunicación personal, 2020).

De 56% de los encuestados que ha solicitado algún tipo de apoyo monetario o en especie, van 25 personas que lo reciben. Al respecto de estos apoyos, la sombra de “informalidad” que cubre este sector ha devenido reflexiones por parte de sus integrantes:

Que la industria es muy informal, que la gente que trabaja aquí también es muy informal, no paga impuestos. Entonces, ¿cómo puedes exigir al gobierno si no pagas impuestos? Desde ahí estamos mal.

—Rodolfo “Rudolph” González, ingeniero de audio y *production manager* (comunicación personal, 2020).

Entre la informalidad del sector, la dificultad de que durante la pandemia se soliciten los servicios de profesionales de los conciertos en otras actividades en la industria de la música y la falta de educación integral de muchos de los profesionales de la música (que los pone en un panorama difícil para reubicarse laboralmente), surgen las 21 personas (equivalentes a 33% de los encuestados) que han decidido cambiar de giro o actividad laboral permanentemente a raíz de la contingencia. La situación se presenta como algo muy duro para un sector que, de pronto, se ve completamente descubierto:

El último festival que hicimos fue el Vive Latino con Porter y Disidente. A las dos semanas yo tenía un festival el Ciudad de México, un Hello Fest edición Ciudad de México, y en medio de eso tenía otra cosa, entonces a lo mejor si hubieran dejado esas dos semanas hacer y meterle poquito más dinero también, porque ese fue otro tema, digo estamos viviendo de los ahorros y con el salario de mi esposa, pero no vamos a llegar a diciembre. Vamos a llegar bien ahorcados a diciembre.

—Jorge Espinoza, ingeniero de iluminación (comunicación personal, 2020).

Muchas ventanas se abren como áreas de oportunidad ante un panorama que por momentos se presenta tan oscuro. Son problemáticas que han sido identificadas ya por varios actores de la industria de los conciertos a lo largo, no solo del país, sino del mundo: esfuerzos por reactivar la industria de los conciertos se unen con reflexiones varias que empiezan a considerar seriamente la necesidad de “formalizar” la industria y trabajar en conjunto para reactivarla. “Necesitamos platicar y ponernos de acuerdo”, es la premisa que mueve a más de un director, músico o productor, ante el gran dilema de reducir costos en todas las áreas que se activan al momento de realizar un espectáculo —desde la producción y el pago de impuestos hasta cuestiones de escenografía y montaje—, pero sin desvirtuar la calidad de los espectáculos.

Hay muy bajo nivel de profesionalismo en el mundo de la música independiente en México. En todos los sentidos. Desde el músico que no ha hecho absolutamente nada en su vida y tiene una actitud ya de rockstar, ¿no? O sea, que llega alcoholizado al concierto (si es que llega), que no esayan ¿no? La rotación de miembros de bandas es increíble. Por otro lado, los lugares donde tocan difícilmente sobreviven por lo mismo, porque no hay una cultura de pagar por algo que es local.

–Andrés Villa Aldaco, artista audiovisual (comunicación personal, 2020).

Éste es uno de los nuevos retos a los que se enfrenta la industria: si la gente de por sí no pagaba tan fácilmente por ver a las bandas locales, ¿cómo reactivar la industria sin malbaratarla? ¿Cómo evitar que las audiencias se acostumbren a que un boleto para ver a su banda favorita (ya sea virtual o en vivo) puede —y debe— costar sólo 50 pesos? Y lo más importante ¿hacia dónde decidirá caminar la comunidad de esta industria? ¿Crecerá la cifra de profesionales de la música que deciden cambiar permanentemente de actividad laboral? ¿Lograrán consolidarse como cámaras de representación efectivas y confiables la Cámara Mexicana de la Industria del Espectáculo y el Entretenimiento (CAMIEE) en CDMX, los Jalacables, México Covid-19, Juntos por la Música, o inclusive el mismo Sindicato Único de Trabajadores de la Música? ¿Se estrecharán las relaciones de estos trabajadores con organismos públicos? ¿Apelarán por mejores condiciones de trabajo a raíz de esta crisis, o una vez reactivada la industria continuarán trabajando bajo los esquemas de siempre? ¿Lograremos resignificar la importancia y el lugar de este sector en la vida social? ¿Habrá creatividad suficiente para sobrevivir al apagón? ¿O esta industria se quedará indefinidamente fuera de los reflectores?

Todo se **activa hasta el 2021**: las **alternativas** durante la pandemia

Tiene que haber una participación creativa por parte de todos. Con los técnicos, con los promotores, con los músicos, con todos.

—José Carlos Castro, *guitar tech*, comunicación personal (2020).

Algunos de los que conforman la industria de los conciertos han podido continuar generando ingresos en otras actividades vinculadas o relacionadas a la industria de la música. Otros han buscado una alternativa en otros sectores y otros ya han pensado en moverse definitivamente del sector ante el paro total de conciertos y eventos multitudinarios. Los que trabajan en estudios de grabación han podido mantener esta actividad y seguir generando ingresos de ella.

Una alternativa que encontraron la mayoría de los proyectos es la de realizar conciertos virtuales vía *streaming*. Algunos los han ofrecido de cortesía para mantener contacto con su público, otros los han hecho pidiendo cooperación voluntaria y algunos más han cobrado para poder acceder a la transmisión en vivo. Todavía no hay claridad sobre si es una alternativa sustentable, o qué tan exitosa ha sido esta opción. Habrá que comenzar a hacer las preguntas necesarias para evaluar esta situación y saber si es una opción que puede sostener a todos los que viven de los conciertos.

Tampoco está claro si para estos conciertos en vivo se están involucrando los mismos equipos de trabajo que lo hacen para los conciertos en vivo, o si los proyectos están ayudando a la gente que colabora regularmente con ellos con algo del dinero recaudado por los conciertos virtuales. En nuestra encuesta sólo 10% respondió que había recibido ayuda por parte de su empleador.

Creo que nos tenemos que reinventar. Y creo que por primera vez, todos tenemos que estar unidos. Tenemos que trabajar para ganar ganar, todos. Y eso significa sacrificio de todos: de las agencias en sus fees, de los promotores en sus costos, de la misma autoridad en su capacidad de abrir los foros y cómo poder abrirlos.

—Lalo Plaza, ingeniero de audio y *manager* de producción (comunicación personal 2020).

Por su parte, quienes trabajan como técnicos de los conciertos han aprovechado el tiempo para capacitarse en su área o adquirir conocimiento en otras con la finalidad de adquirir mayores competencias.

Otros están buscando generar ingresos por la venta de productos promocionales (llamados *merch*): “Estamos haciendo una iniciativa, que nos va a traer un poco de lanita a todos, con la ayuda, un poquito de Siddhartha, de dejarnos hacer nuestra propia *merch* y empezar a venderla nosotros. Y pues a ver si sucede algo”, nos dijo Jorge “Oso” Espinoza (2020), quien también recibió una invitación para participar en el rodaje de una película en el área de iluminación.

Pero hay quienes ya están trabajando como repartidores o choferes en las plataformas digitales o están ofreciendo servicios en otros sectores: “A mí me han llegado mensajes de gente que son músicos que son así de que: ‘Ahora andamos vendiendo geles antibacteriales’. O me llegó un mensaje de que: ‘Ahora estamos haciendo fumigaciones a domicilio’” (Josh Perales, 2020). También los hay quienes ya están vendiendo sus instrumentos o equipos.

Sea cual sea la alternativa, la reactivación de los conciertos se ve todavía muy distante. Por la naturaleza de estos eventos y el riesgo que existe de contagio en ellos, como dice Armando “Rostro” Jiménez: “Los últimos que vamos a regresar somos nosotros”. La pregunta es... ¿en qué condiciones y cuántos regresarán?

6. Puertas abiertas

En este apartado deseamos mencionar algunas de las rutas de indagación que identificamos pueden derivar de esta investigación. Son preguntas que quedan abiertas a partir de la información que logramos recabar y de los alcances de este documento, interrogantes que esperamos compañeros nuestros u otros investigadores se interesen por responder en un futuro.

1. ¿Cómo ha sido la historia de la presencia de las mujeres en la industria de los conciertos en el AMG? Nos quedamos con la interrogante sobre las condiciones de trabajo, los cargos que ocupan y hacia dónde se dirigen las mujeres que laboran en este sector. Consideramos que una buena pregunta a responder sería también: ¿Todo está hecho, o hacen falta más condiciones de igualdad entre hombres y mujeres en esta industria? También queda la interrogante sobre la poca cantidad de proyectos musicales que cuentan con la participación de mujeres, ya no se diga que son liderados por mujeres.
2. ¿Cuál es el aporte económico de este sector en el AMG? A pesar de que logramos identificar un universo de trabajadores de proyectos musicales independientes que nos aportó datos sobre sus ingresos, número de eventos al año y cantidad de empleos que se generan alrededor de los bandas y artistas locales en el AMG, todavía existe una enorme área inexplorada que tiene que ver con los foros o plataformas en los que se llevan a cabo los conciertos (y toda la gente que se desempeña laboralmente en los mismos), promotores, vendedores de mercancía, marcas que se benefician de los eventos musicales masivos, etc. Queda todavía un gran campo a explorar sobre el aporte económico que los conciertos hacen a nivel local y nacional (ya que, como indicamos en los primeros apartados de este reporte, casi todos estos indicadores omiten a los conciertos de las actividades relacionadas con la industria de la música o los engloban junto con otras actividades y sectores que impiden rastrear su aporte específico).
3. ¿Qué ofertas existen para la educación, la capacitación, formación y certificación de los trabajadores de los conciertos en sus distintos cargos y ocupaciones? A pesar de que logramos rastrear un poco sobre la historia de las escuelas y espacios de capacitación para artistas y técnicos que han aparecido con los años y que a la fecha están luchando por consolidarse, estamos seguros de que existen miles de sistemas, certificaciones y

plataformas a lo largo de México y del mundo que no logramos identificar y plasmar en este estudio.

4. ¿Qué organizaciones, agrupaciones, cámaras, etc., existen o se proyectan como fuertes representantes de los trabajadores de este sector? Al igual que con las plataformas educativas, sabemos que hay muchas más agrupaciones que fungen como representantes de este gremio en México y el mundo que no logramos identificar y explorar. Una pregunta que queda muy marcada en el caso del AMG es la referente al Sindicato Único de Trabajadores de la Música: ¿cómo funciona este organismo actualmente y cuántos trabajadores de este gremio pertenecen a él? Esto debido a que no logramos entrevistar a nadie que perteneciera al mismo.

Además, en el transcurso del paro de actividades por covid-19 se sigue (re)configurando el gremio y surgen cada día nuevas agrupaciones que intentan respaldarlo y organizarlo, por lo que será pertinente que se continúen rastreando estas iniciativas que pueden ser de gran importancia para visualizar la dirección que tomarán los trabajadores de la industria de los conciertos y los cambios importantes que permanecerán a lo largo de los próximos años en este sector.

7. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

Daniela Rivero–Borrell Martín

Cuando estaba en el segundo semestre de la carrera llevé una materia que se llamaba “Comunicación, Cultura y Sociedad II”, con un profesor de esos que se nota que les gusta dar clases. Se llama Gabriel Zarzosa y daba brinquitos cuando explicaba ideas que se notaba le apasionaban. La clase era pura teoría y recuerdo que una de mis primeras reflexiones al terminar el curso fue que estaba molesta. No con Gabriel ni con mis compañeros, sino con la Academia en general.

En mi mente de recién ingresada a la Universidad, la Biblioteca devenía repositorio de manuales y manuales de conocimiento en desuso. Recuerdo que el

último día de clases incluso le dije a Zarzosa que la investigación universitaria me parecía una tiranía en la que se producían investigaciones y hallazgos que finalmente servían solo para dar renombre a los investigadores e incluir nuevos conceptos al léxico de doctores y maestros, pero nada más. “Tenemos recetarios de cómo ser un mejor país, de cómo mejorar como humanidad, que se quedan sólo en la teoría”, reclamaba a mi aturdido profesor, “¿quién se hace responsable de que toda esa información salga a la luz y sirva para la sociedad?”

Hoy, que me encuentro a seis meses de graduarme, volteo a ver a esa recién universitaria me da risa. A lo largo de estos cinco años de estudios por supuesto que me he encontrado con mil matices sobre mi forma anterior de concebir a los investigadores y la labor que realizan. Hoy puedo decir que la frivolidad y el sinsentido en el mundo académico existen, pero que hay también grandes personas que intentan desde varias trincheras llevar el conocimiento a mejores términos que una tesis empolvada de biblioteca.

Uno de ellos es Sergio “Monki” Rueda. Lo conocí hace dos meses y decidí formar equipo con él para llevar a cabo esta investigación como parte de nuestro Proyecto de Aplicación Profesional. Desde el principio pude notar que la iniciativa de realizar este proyecto de investigación sobre artistas y bandas locales no le salía del cerebro, sino de las tripas. Como parte de los profesionales de este sector mi colega tenía una inquietud muy honesta por entender en dónde estaban parados él y sus compañeros: ¿cómo es que se habían quedado de la noche a la mañana sin un respaldo laboral, sin una certeza de que seguía a partir de la cancelación o suspensión de los conciertos que componían su área de desarrollo profesional y de ingresos?

Creo que lo que intento decir es que la investigación que hemos realizado Monki y yo ha sido honesta. Por supuesto que tiene bastantes fallas y áreas de oportunidad, pero ha venido desde una inquietud real por entender y ser parte de un pedacito de la realidad que nos rodea.

La realización de este proyecto fue intensa, y pude desarrollar muchas habilidades que, estoy segura, seguirán sirviéndome en cualquier campo profesional en el que me desarrolle. Aprendí a estructurar grandes cantidades de

información, descubrí fuentes de consulta y repositorios valiosísimos (también pude revalorar la importancia de partirse la cabeza buscando y corroborando un dato, porque los datos son, finalmente, manifestaciones de una realidad que está hecha vida). Aprendí a escuchar a la gente por medio de horas y horas de entrevistas, a preguntar con certeza y puntualidad, pero estar siempre abierta a las inquietudes, sentires y reflexiones de quienes comparten sus historias, para no escuchar lo que yo quiero, sino simplemente escuchar e hilar estos pedacitos de la historia con los demás.

Me ejercité en el diseño de la encuesta, esta herramienta metodológica que a veces suena tan árida, pero que finalmente nos muestra ventanas valiosísimas de lo humano. Continué ejercitándome en la escritura, acercándome —espero— a dominarla cada vez más para comunicar pertinentemente.

Aprendí, por supuesto, sobre los profesionales de los espectáculos: sus condiciones laborales, sus reflexiones, las posibilidades que ven para sí mismos y las trabas. Me quedo con la sensación de haberme acercado un poco más a personas que, como yo, sienten amor por la música, tienen mil aficiones, quieren trabajar duro y poner de sí para llevar a cabo las cosas. Personas con necesidades, incertidumbres y opiniones diversas que me llevaron a reflexionar y dimensionar los alcances que un proyecto de investigación puede tener: la realidad es árida, cambiar aspectos sociales a veces equivale a “picar piedra” (como muchos entrevistados nos decían), pero sí es posible avanzar, aunque sea lentamente y con mil contradicciones, hacia otras —ojalá mejores— formas de organizarnos.

Así, me quedo con la premisa de que una investigación nos vincula, nos engancha con lo que está alrededor de nosotros, que no es más que la vida misma en sus múltiples manifestaciones. Me quedo con la urgencia personal de siempre investigar. Investigar para conocer las aristas de las cosas que ocurren en la sociedad y de las que mi biografía compone sólo una parte. Investigar para producir información que no se quede solo en la muerte del papel o el archivo que nadie lee. Investigación–acción, sería el término. En este sentido, me llevo para la vida profesional la intención de ser impecable y sensible para contar historias.

Creo este PAP me reafirmó algo de lo que ya me había dado cuenta: me gusta contar historias.

¿Qué sigue con esta investigación? Mi compañero y yo hemos hablado de hacer más artículos, tal vez un libro, y por supuesto, de continuarla el próximo semestre. Personalmente, creo que una buena salida sería por medio de fichas informativas para los trabajadores de la industria de la música independiente del AMG. No sólo sobre los hallazgos que obtuvimos, sino sobre los datos que tenemos y los nombres de actores que pueden asesorarlos para mejorar y replantear y defender sus condiciones laborales. Ésta y mil cosas se pueden hacer para dar salida a nuestra investigación. Le decía a Monki que incluso si logramos que la gente la comente y la critique o refute, va a ser ganancia, pues habremos provocado algún grado de reflexión y discusión sobre este sector de trabajadores que hoy está tan poco representado socialmente.

También, evidentemente, es importante pensar en compartir este reporte con Mauricio “Magú”, Carlos Rosanoff, Cultura UDG, algún miembro del colectivo de los “Jalacables”... en fin, con estos y más miembros del sector de la música que están intentando consolidar y defender al gremio.

Creo que este PAP despertó en mí el deseo de ser un miembro de la sociedad responsable, una profesional que no escatime en tiempo y energías para aportar siempre, con la mejor calidad, a los demás.

Sergio “Monki” Rueda

No sé ni por dónde empezar las reflexiones. Quise seguir la guía de preguntas que nos proporcionó Rogelio, nuestro coordinador de PAP, pero me da la impresión de que están enfocadas más hacia los PAP de formato presencial que trabajan con proyectos, organizaciones, instituciones y proyectos diferentes al trabajo que realizamos durante este periodo de verano 2020. ¡Vaya 2020!

Comprendo la importancia de estar haciendo el seguimiento de lo que sucede en la realidad, en la actualidad, ya sea a nivel local, regional o global. Aunque muchas veces sea muy difícil hacerlo. Algunas veces por la falta de tiempo, otras veces por la poca disponibilidad de información relevante para mí o

afín a mis intereses, otras veces porque se vuelve abrumador y confuso este ejercicio y unas más porque me olvido de hacerlo y me distraigo con otras actividades muy banales como navegar por el interminable contenido de las redes sociales, a veces tan benéficas y otras tan terriblemente contraproducentes.

Me desenvuelvo en un sector tan conocido pero muy poco comprendido. Lo digo por dos razones. Una, porque estoy estudiando gestión cultural, que de alguna manera ya navego con bandera de gestor cultural. La cultura está en todos lados, todo mundo la vive, la experimenta, la forma, pero no siempre se comprende del todo en que consiste. Algo que se confunde con lo que cabe en la única página del periódico que aborda a la cultura a diferencia de las demás secciones como son la política, la economía, la información local, los deportes y los espectáculos, cuando la cultura debería de aparecer en todas las secciones del periódico. Hacer políticas culturales, que quienes nos dedicamos a la gestión cultural deberíamos estar ahí, impulsando proyectos de la agenda pública que busquen mejorar las condiciones del sector cultural.

Y quizá nos toque a los gestores también tomar las riendas de la generación de investigaciones sobre el sector cultural y de ocupar los espacios en la literatura y en el periodismo para hablar de estos temas y por qué no, desarrollar nuevos sectores en la economía, la política y la academia.

Le paro aquí porque siento que a este ritmo voy a escribir otras cincuenta páginas.

Era momento de inscribir mi primer PAP. Cuando llegó el momento de revisar oferta de proyectos para el verano, la cual encontré muy limitada para mis intereses, me encontré con este coordinado por Rogelio Villarreal. Cuando pude conversar con él sobre el trabajo que se haría me dijo que consistiría en hacer una investigación sobre el impacto que estaba teniendo esto de la pandemia en algún ámbito de la cultura. Claro está que para ese entonces ya estábamos todos trabajando desde casa.

El último concierto en el que trabajé fue en el que La Garfield, banda tapatía con la que trabajo en ocasiones, ofreció en el Foro Sol dentro del festival de música Vive Latino. Ese mismo fin de semana supe el porvenir de la industria de

los conciertos cuando se canceló el último de tres conciertos que Alejandro Fernández presentaría en el Auditorio Nacional.

En las primeras semanas de confinamiento me surgió el interés de conocer la importancia que para la economía tiene esta industria, por lo que había pensado en hacer una investigación al respecto. Solo estaba como una idea sin mucha probabilidad de materializarse, pues soy un mucho de pensar en mil proyectos y solo concretar uno o dos. Cuando Rogelio me comentó el formato de trabajo durante el verano vi toda la posibilidad de materializar la investigación. La verdad es que cuando se me ocurrió por primera vez no pensaba en hacer algo tan extenso y tampoco pensaba en lo complicado que es generar ese tipo de indicadores, los que tienen que ver con el dinero, con la aportación a la economía, etcétera.

No sé si sea difícil en México porque la gente crea que está mal platicar de los ingresos y la economía de los sectores, porque crean que pueden ser secuestrados, asaltados o extorsionados, o porque las prácticas comerciales, económicas, fiscales y demás de muchos de los sectores son un asco y la gente tenga miedo de que se evidencien o descubran malas prácticas. No lo sé todavía. Pero lo que definitivamente sé es lo complicado de obtener la información, de sistematizarla y de generar indicadores que aporten información valiosa. Pero lo importante de todo esto es que se podía, y finalmente se pudo, materializar la investigación.

Es la primera vez que realizo una investigación relacionada con mi actividad profesional, que es la de trabajar en la producción de conciertos. La experiencia fue muy enriquecedora porque, por una parte, me sirvió para darme cuenta del gran capital social que tengo y de cómo este capital social se puede utilizar para generar proyectos interesantes y que aporten algo, todavía no sé exactamente qué es lo que aportará nuestra investigación, a la sociedad. Además que la investigación me sirvió para crecer todavía más este capital y de conocer otras realidades, otros mundos con los que casi no tengo contacto u otros que ignoraba.

También me sirvió para conocer más y mejor mi sector, mi entorno y las condiciones en las que muchos de los que trabajamos en esta industria

trabajamos. Siempre la información ayuda a la toma de decisiones y también detona la imaginación y la creatividad. Conocer otras historias y la historia del negocio de los conciertos fue súper interesante y sirvió como alimento para el alma. Hay tantas cosas que uno ni se imagina de cómo va evolucionando todo. Siempre ayuda entender de dónde venimos, aunque en México tengamos muy mala memoria.

Lo primero que hicimos en el PAP fue presentar nuestra propuesta de investigación. Me dio gusto provocar el interés por parte de alguien más en mi proyecto y que su propuesta e interés se pudiera combinar y complementar con la mía. Ese alguien más es Daniela Rivero–Borrell.

Ya entrados en el proyecto, lo primero que hicimos fue hacer un censo de las bandas. Parte de esta actividad estaba resuelta por los contactos y la relación que he tenido con bastantes de los proyectos y artistas del AMG, pero conforme fuimos preguntando por más y más proyectos, hubo que conseguir más nombres, teléfonos, hacer búsquedas y escribir correos. Este trabajo nos tomó tres semanas en el que solo pudimos tener contacto con 45 de las 57 bandas que identificamos.

Muchos de los correos nunca fueron respondidos, no sé si a la gente no le interesa participar en investigaciones, no entienda la importancia de los estudios ni de los indicadores, o solo les de flojera.

Enseguida nos echamos un clavado a las noticias y a los libros para llenarnos de contexto y de antecedentes para nuestra investigación. En lo que a medios se refiere, sí encontramos mucha información sobre la pandemia, pero poca sobre el impacto que estaba teniendo en la industria de los conciertos. Sí sabíamos los conciertos y festivales que se estaban cancelando, no solo a nivel nacional, sino internacional, veíamos a los artistas y las bandas mandando ánimo y pidiéndole a la gente quedarse en casa, leíamos como algunos grupos de personas manifestaban su preocupación y situación en la que se encontraban por no tener trabajo, pero información sobre indicadores duros y puros, casi no encontramos.

En general, los que se encuentran tras bambalinas nunca son tomados en cuenta. Como nos comentó Juan Carlos Flores, “ustedes que están fuera de los

reflectores se lo toman muy en serio". En lo que se refiere a noticias de cultura y espectáculos nunca se toma en cuenta a los que trabajan en las producciones. Al menos la industria del cine es más noble en ese sentido porque sí o sí, todos los que participaron en la película tienen que aparecer en los créditos. Debería de suceder lo mismo con los conciertos, y más ahora que se instala una pantalla en casi todos. Los créditos de todos los que participaron en el concierto, desde el que barre y recogió la basura hasta el artista principal.

Se sabe de los excesos y los chismes de los artistas o las exposiciones y las colecciones de los artistas plásticos o de las temporadas de teatro y danza, pero no de los que abren el telón, de los que embalan las piezas de arte.

Encontrar información estadística sobre los conciertos fue muy difícil, ni de la cantidad de estos, cuántos son de artistas nacionales o internacionales, cuántos boletos se venden, cuántas asistentes tuvieron, etc. En Estados Unidos y para las giras de artistas internacionales Pollstar genera esa información. Traté de acceder a la plataforma, pero la membresía ronda por arriba de los 500 dólares, y pues sin trabajo está complicado desembolsar ese dinero, y menos al tipo de cambio del dólar.

Como consecuencia de esto surge la idea de realizar un proyecto o plataforma que se encargue y ocupe de generar esa información. Considero que sería muy importante generar observadores de la cultura, y para mi interés personal y seguramente para el de muchos colegas, en particular de los conciertos. Tener información de cuántos conciertos se realizan, en qué foros, de qué capacidad con qué audiencia, de qué géneros musicales, si son de artistas nacionales o internacionales, si tuvieron a otro artista de telonero, conocer la cantidad de boletos pagados y los asistentes que entraron con cortesías. ¿Toda esta información no sería valiosísima para la escena musical local? También para las autoridades locales, para los que quieren conseguir patrocinadores, etc.

Éste es otro de los mil proyectos que se me ocurren con regularidad. Espero que este, así como sucedió con esta investigación, se pueda materializar.

Con nuestra investigación queremos abonar un poco a esto, a esta generación de información que sirve para entender la realidad, en este caso, la de

quienes hacen que los conciertos sucedan. Si es buena o mala, si es suficiente o sustancial, todavía no lo sabemos. No sacamos el cálculo del tamaño que debía tener nuestra muestra para que los resultados fueran sustanciales. Pero estamos en que sí lo fue. Pero si no tenemos conocimiento de a cuánto asciende nuestro universo, ¿cómo sabremos si es representativa o no? Al menos es representativa respecto a nuestro acotado objeto de estudio que son las bandas de música alternativa.

Nos queda pendiente afinar más las preguntas y la encuesta misma para obtener más datos que nos ayuden a obtener más y mejores resultados, resultados que nos den un mejor panorama de la realidad. Siento que tuvimos algunas fallas en la manera de generar los datos que a la hora de sistematizarlos terminaron sin servir de mucho. Pero tampoco es que seamos unos expertos en investigación cuantitativa. Parece que no, pero sí tiene su complejidad. Y el curso de investigación cualitativa ya fue hace unos semestres y no hubo mucho tiempo de echar un clavado a los apuntes y trabajos de esa materia. Se trata, pues, de detectar las áreas de mejoría, y pensar, quizá, en contratar a un experto en esta materia.

Otro problema que tuvimos respecto a la información fue la de entender dónde está colocada la industria de los conciertos, o bajo qué concepto los conciertos son entendidos. Considerábamos que los conciertos formaban parte de la industria de la música, pero nos dimos cuenta que los que estudian e investigan a la industria de la música la entienden únicamente como aquella relacionada con, digámoslo así, los discos. Es decir, la composición de música y letras, los arreglos para estas, la interpretación de esta (aquí no queda claro si con esto se refieren a conciertos o a la interpretación de la música para la grabación), la grabación, la reproducción en físico para la distribución o la reproducción a través de plataformas digitales y el consumo de esta. Es decir, lo que tiene que ver con los conciertos no lo analizan.

No podemos considerar a los conciertos como un arte en sí, pero hay quienes proponen que los conciertos forman parte de las artes escénicas. Quizá pudieran encajar más por allá, pero a mi parecer tampoco. Y por lo que pudimos

investigar la única música que es tomada en cuenta por los que se encargan del estudio y la comprensión o explicación de las artes escénicas son los que tienen que ver con orquestas sinfónicas, filarmónicas, de cámara, etc.; más este formato de música formal en teatros o recintos construidos expresamente para ese tipo de música.

Además los que se desarrollan en las artes escénicas no consideran como parte de estas a los conciertos.

Otra razón es que la forma en la que se han evolucionado la música y los conciertos gracias a la tecnología es muy diferente al proceso que siguen las artes escénicas donde la presencia de las personas es fundamental para estas. Sobre todo en el teatro y la danza.

A diferencia, la música ya puede ser producida y grabada por una sola persona y luego ser distribuida. Para hacer una presentación el artista imprime las partituras, que muchos de los programas de audio ya las genera por sí solos, se las distribuyen a los músicos que van a participar en los conciertos, quienes ensayan sobre una pista, para después juntarse todos en un par de ensayos antes de la presentación, y listo.

Con el teatro y la danza, nos compartía y ponía a reflexionar Aristeo Mora, la presencia de los actores y los bailarines es necesaria para los ensayos, para preparar todo, y eso hace que sean muy diferentes las lógicas de producción, económicas, etcétera.

¿Tendremos que estudiar y analizar a los conciertos como industrias culturales y creativas? Bueno, pero cómo podemos clasificar a las industrias culturales y creativas, si estas son tan diversas como diversidad de ideas hay.

Considero que es importante entender, estudiar y analizar por sí solos a los conciertos y acotarlos como una materia de estudio. Pues por lo que fuimos descubriendo durante la investigación son de gran importancia, no solo económica, sino cultural y social.

Lo anterior suma a los argumentos para hacer un proyecto que se encargue del estudio de la industria de los conciertos.

Durante el proceso de investigación nos dimos cuenta de que hay bastantes libros e información sobre la historia del rock tapatío, pero el periodo que comprende desde sus inicios hasta mediados de la década de los setenta. Y creo que a partir de aquí se nos abre un camino para investigar y hasta poder realizar algún libro que comience a abordar la historia del rock, o de la música alternativa, a partir de este periodo, pues mucho sucede en la década de los ochentas con lo que se refiere a la música. En esta época nacen muchos proyectos que fueron y son muy representativos de la escena local. En los noventa hay menos, pero a partir de los 2000 nace una gran camada de artistas tapatíos. Con esto del libro sale un proyecto más para los miles que se me ocurren.

Aquí quiero mencionar que muchos de estos artistas que aparecen en la década de los 2000 se fueron de Guadalajara a buscar oportunidades en otras ciudades, principalmente a la Ciudad de México, a probar suerte, la razón de esto es, en gran medida, la falta de oportunidades y apoyo que se recibe acá. Entonces, cómo es gobierno local puede implementar políticas o programas alrededor de la música y los artistas locales si no tiene claro quiénes son y cuál es la aportación a la economía que estos tienen los proyectos y talentos se van a seguir fugando de Guadalajara. Toca apoyar a la escena local e impulsarla. Pero para ello es importante generar un entorno apto para ello. Toca descentralizar la cultura en México y hacer que sucedan más y mejores cosas respecto a los conciertos en el AMG, y en general en todo el estado. Ya hay muchos festivales, pero gran parte de los carteles de estos son talento importado. Así no funciona. Y más ahora que los viajes son limitados, se debería de impulsar el talento local.

Con los resultados obtenidos de la investigación, sobre todo con lo referente a las condiciones laborales bajo las que trabajan la mayoría de los músicos, *managers* y técnicos que laboran alrededor de las bandas se abre todo abanico de posibilidades para trabajar con la finalidad de desarrollar proyectos que cambien esta situación. En general los que trabajan en actividades relacionadas a las artes carecen de prestaciones y de seguridad social. En lo que tiene que ver con los conciertos, considero que no es justo que un artista tenga colección autos de lujo mientras la gente que trabaja en la producción de sus conciertos no tenga

ni la certeza de que, en caso de que se rompiera una pierna durante un montaje, recibirá ingresos durante su recuperación. Sé que me fui a un caso excepcional y un poco extremo, pero entre lo macro y lo micro están todos los matices.

También soy consciente de que, en un comienzo, para los proyectos y los artistas les es muy difícil generar ingresos y sacar adelante los proyectos.

Toca, considero yo, cambiar el formato y el modelo de negocio en la industria de los conciertos para que haya mejores condiciones de trabajo para todos los que forman parte de la cadena de valor en la realización de estos. Involucrar a otros sectores a participar en este desarrollo también es importante. En Estados Unidos y Europa es posible. Analicemos estos casos y veamos qué podemos rescatar de ellos y adaptar o utilizar para la realidad mexicana. Se trata de que las cosas cambien siempre para bien.

Pero para que se posible transformar entornos, contextos y realidades es necesaria la participación. Y con lo que pudimos entender con la investigación, en lo que se refiere a la industria de los conciertos no existe tal. En la medida en la que se vayan generando acciones colectivas de vinculación, de entretejido que procuren un bienestar común será como se van a provocar transformaciones que beneficien a todos. No me refiero a cuestiones paternalistas de exigir a los contratistas mejores condiciones, porque a la hora de un accidente en carretera se chingan tanto unos como los otros.

Me refiero a buscar que los circuitos de conciertos sean mejores, que haya mejor y mayor consumo de conciertos, sobre todo del talento local, que el volumen de shows permita mejor es condiciones laborales. Pensar en diferentes modelos de negocio pensados para que las condiciones de todos sean más justas y equitativas. Pero, como decía Joe Castro, para eso se requiere de la participación de todos.

Continuando con Joe, él me decía, citando a Kanzer, otro colega, que “para estar en este trabajo te tiene que gustar la música y un poquito más, Y ese poquito más solo lo vas a descubrir estando ahí porque a veces hay situaciones laborales que dices no puede ser que esté soportando esto, no puede ser”. Ojalá este poquito más sea lo que detone el esfuerzo y la participación de todos para que la

música en vivo se siga llevando a cabo después de que se levante el confinamiento y el distanciamiento social provocado por la pandemia, para que cuando regrese esta actividad, como dice Daniela Rivero–Borrell, sea pare regresar a unas mejores condiciones y no para volver a lo mismo.

Mi experiencia con esta investigación fue grata por varias razones. Una es porque conocí y trabajé con la tutela de Rogelio Villarreal, la cual fue magnífica. Su apoyo, seguimiento, recomendaciones, observaciones y regaños nos ayudaron a llevar al mejor puerto posible la investigación. La otra es porque pude trabajar por primera vez un proyecto y una investigación vinculada a mi carrera profesional la que sirvió de gran combustible para mí. Y la tercera es por haber coincidido con Daniela Rivero–Borrell. A pesar de que tuvimos nuestros momentos de crisis durante el proceso de investigación, supimos superar las diferencias y buscar formas de trabajar que en las que ambos nos sintiéramos a gusto y considero que el resultado es muy bueno. Perfectible, claro. Creo que los dos nos quedamos con la sensación de que nos faltó tiempo para seguir trabajando con toda la información y los descubrimientos durante el proceso y que tuvimos que terminar la investigación porque había fecha de entrega. Pero creo que en las últimas semanas de trabajo fuimos identificando las hebras que podemos jalar para, ya sea continuar y profundizar en esta investigación, o extenderla a otros temas o áreas relacionados, para escribir artículos o libros o para iniciar algunas otras campañas, misiones o proyectos juntos.

Esta investigación rompió con mi manera de concebir los trabajos en equipo con los cuales venía sufriendo y padeciendo desde hacía varios años. Tuvimos dedicación, pasión, entrega y compromiso con este proyecto y considero que el esfuerzo valió la pena. Lo que hubo sobre todo fueron muchas carcajadas y creo que eso es un muy buen indicador de la manera en la que, en general, fluyó la forma de trabajar.

La investigación es para ustedes. Disfrútenla, aprovéchenla, difúndanla, cuestionenla, refútenla, háganla avioncitos o úsenla para prender la estufa.¹³ Lo que nos tocaba de este lado ya se cumplió.

¹³ Pero qué anticuado soy. Excepcional va a ser el caso de quien lea esta investigación en papel.

8. Bibliografía

- Aceves, Guillermo. Entrevista personal el día 7 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Álvarez, R. (2017). The music industry in the dawn of the 21st century. Kunnskapsverket. Consultado en <https://kunnskapsverket.org/nyheter/music-industry-dawn-21st-century>
- Americans for the Arts (2017). The Creative Industries in the United States. Consultado en americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2017/by_program/reports_and_data/creative/2017_UnitedStates_NationalOnePager_Color.pdf
- Animal Político (15 de marzo del 2020), “COVID–19: Al menos 27 personas acudieron con fiebre al primer día del Vive; el festival sigue este domingo”. *Animal Político*. Consultado en animalpolitico.com/2020/03/vive-latino-covid-coronavirus-contagios/
- AP (24 de marzo 2020). Floreciente industria de conciertos se apaga por coronavirus. *Los Angeles Times*. Consultado en [latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2020-03-24/florecente-industria-de-conciertos-se-apaga-por-coronavirus?fbclid=IwAR1pbpAm2PoIF6Y7XL_owEoymNRyq8Teo6CTZSx8srZjuxWApSywkqeVKv8](https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2020-03-24/florecente-industria-de-conciertos-se-apaga-por-coronavirus?fbclid=IwAR1pbpAm2PoIF6Y7XL_owEoymNRyq8Teo6CTZSx8srZjuxWApSywkqeVKv8)
- BBC News Mundo (19 de marzo 2020), “Coronavirus | México registra el primer muerto por covid–19”, BBC. Consultado en [bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51959283](https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51959283)
- BOP Consulting (2010). Guia práctica para mapear las industrias creativas. British Council: Reino Unido. Consultado en cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_ODAI_Guia-practica-para-mapear-las-industrias-creativas_v1_010110.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (21 de diciembre de 1995). Ley del Seguro Social. DO: [DOF 07-11 -2019]/ Recuperado de: imss.gob.mx/sites/all/statics/pdf/leyes/LSS.pdf
- Castro, José. Entrevista personal el día 4 de julio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Cátedra Internacional Inés Amor en Gestión Cultural (2020) Para salir de terapia intensiva. Estrategias para el sector cultural hacia el futuro. México: Cultura UNAM.
- Chávez, Cyneli. Entrevista personal el día 8 de julio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Collins English Dictionary (S.F.). rigger. HarperCollins Publishers. Consultado en [collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/rigger](https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/rigger)

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [CPEUM]. Art. 123. 5 de febrero de 1917. (México) Consultado en ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/articulos/123.pdf
- Convenio Andrés Bello (2015) *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*. Bogotá.
- Cortina, F. (2020), “Coronavirus y el impacto en la industria musical en vivo”. *Forbes*. Consultado en forbes.com.mx/forbes-life/coronavirus-impacto-industria-musical-vivo-mundo/
- Crociata, A. (2019) *Measuring creative economies: Existing models & the DISCE Approach*. DISCE Publications.
- DCMS (1998), *Creative Industries Mapping Document*. Department for Culture, Media and Sport, p. 3.
- DCMS (2001). *Creative Industries Mapping Documents 2001*. Reino Unido.
- De León, M. (2015). *Espectáculos escénicos. Producción y difusión*. 2a ed. México: Conaculta, Colección Intersecciones.
- El Economista (26 de mayo del 2020), “Spotify y Música México Covid–19 se unen para apoyar a la comunidad musical afectada por la pandemia”. *El Economista*. Consultado en eleconomista.com.mx/arteseideas/Spotify-y-Musica-Mexico-Covid-19-se-unen-para-apoyar-a-la-comunidad-musical-afectada-por-la-pandemia-20200526-0145.html
- El Informador (13 de junio 2020). Promotores de espectáculos de Jalisco piden fecha para reactivarse. *El Informador*. Consultado en informador.mx/entretenimiento/Promotores-de-espectaculos-de-Jalisco-piden-fecha-para-reactivarse-20200613-0012.html?fbclid=IwAR03QVDiR8evq00fRSPc7EUag9BEFFATaKj2l5nrgrxgtXfOCYro0zn7V6g
- El Informador (19 de marzo 2020). El recuento de los daños en Cultura UDG. *El Informador*. Consultado en informador.mx/cultura/El-recuento-de-losdanos-en-Cultura-UDG-20200319-0030.html
- Escobar, D. y Hernández, H., “Jalisco a Futuro”. Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo, consultada en jaliscoafuturo.mx/jalisco-despues-del-covid-19/cultura/
- Escobar, Elizabeth (5 de mayo 2020). Cuarentena: Flor Amargo espera unión para ayudar a artistas sin trabajo. *El Universal*. Consultado en

eluniversal.com.mx/espectaculos/musica/cuarentena-flor-amargo-espera-union-para-ayudar-artistas-sin-trabajo

Espinoza, Jorge. Entrevista personal el día 2 de julio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Flores, S. (5 de mayo del 2020), “‘Jalacables’ piden apoyo para sobrellevar crisis por contingencia”, *El Informador*. Consultado en informador.mx/jalisco/Jalacables-piden-apoyo-para-sobrellevar-crisis-por-contingencia-20200505-0062.ht

Gobierno de Jalisco (mayo 2020). Hacia la construcción de una nueva normalidad. Plan de resiliencia ante la pandemia. Plan Jalisco para la Reactivación Económica. Consultado en reactivacioneconomica.jalisco.gob.mx

Gobierno del estado de Jalisco (diciembre de 2019). Ley de ingresos del municipio de Guadalajara. *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*, pp. 3 y 21. Consultado en catastro.guadalajara.gob.mx/leyes/leydeingresos2020.PDF

Gobierno del estado de Jalisco (diciembre del 2019). Ley de ingresos del municipio de Zapopan. *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*, pp. 3 y 20. Consultado en periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/12-24-19-lxvii_0.pdf

Gobierno del estado de Jalisco (diciembre del 2019). Ley de ingresos del municipio de Tonalá. *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*, pp. 3 y 25. Consultado en periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/12-24-19-xxlix_2.pdf

Gobierno del estado de Jalisco (diciembre del 2019). Ley de ingresos del municipio de San Pedro Tlaquepaque. *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*, pp. 3 y 28. Consultado en periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/12-24-19-xxviii.pdf

Gobierno del estado de Jalisco (diciembre del 2019). Ley de ingresos del municipio de Tlajomulco de Zúñiga. *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*, pp. 3 y 25. Consultado en periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/12-24-19-xxlvi_2.pdf

González, J. (18 de mayo del 2020), “Reactivación del Entretenimiento y Música en México: Una propuesta para apoyar y avivar los espectáculos”. Metal Obscura Radio. Consultado en metalobscura.com/reactivacion-del-entretenimiento-y-musica-en-mexico-una-propuesta-para-apoyar-y-avivar-los-espectaculos

- González, Rodolfo. Entrevista personal el día 3 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Hernández, G. (2 de junio 2020). Crisis del Covid-19 dejó sin trabajo a 8.1 millones de empleados de micronegocios. GIN Media. Consultado en factorcapitalhumano.com/leyes-y-gobierno/crisis-del-covid-19-dejo-sin-trabajo-a-8-1-millones-de-empleados-de-micronegocios/2020/06/?fbclid=IwAR3-R_BCGRAPfZJIJXxwGWd__tkOtc2mc9XED-s9UZdFLQf52ZeJJpzJBV8
- INEGI (2018). *Cuenta satélite de la cultura 2017*. México. Consultado en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/CSCltura2018_11.pdf
- INEGI (2018). Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, SCIAN México 2018-Clasificación Industrial Internacional Uniforme Rev. 4, CIU Rev. 4. México.
- INEGI (2019) *Cuenta satélite de la cultura 2018*. México. Consultado en <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/StmaCntaNal/CSCltura2019.pdf>
- INEGI (s.f.) *Economía de México*. Consultado en <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>
- INEGI (s.f.) *Encuesta mensual de servicios*. México. Consultado en <https://www.inegi.org.mx/programas/ems/2013/default.html#Tabulados>
- Jiménez, Armando. Entrevista personal el día 3 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Kurczyn, P y Piug, C. (2003) Estudios jurídicos en homenaje al doctor Néstor de Buen Lozano. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas. Consultado en archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1090/10.pdf
- Martín del Campo, Javier. Entrevista personal el día 9 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Mejía Montoya, Jorge y Ramírez Pindter, Rodrigo (28 de mayo 2020). Resultados y daños del Covid- 19 en la economía mexicana. *El Economista*. Consultado en eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Resultados-y-danos-del-Covid-19-en-la-economia-mexicana-20200528-0029.html
- Mejía, J. y Ramírez, R. (28 de mayo del 2020), “Resultados y daños del Covid-19 en la economía mexicana”. *El Economista*. Consultado en eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Resultados-y-danos-del-Covid-19-en-la-economia-mexicana-20200528-0029.html
- Mejía, Martín. Entrevista personal el día 10 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Mendoza, Hugo. Entrevista personal el día 13 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Milenio Digital (31 de diciembre de 2018). Festivales de música que no te puedes perder en 2019. Milenio. Consultado en milenio.com/espectaculos/musica/festivales-de-musica-que-no-te-puedes-perder-en-2019

Mora, Aristeo. Entrevista personal el día 10 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Nuñez, F. (2020) Borrador de libro. México.

Ochoa, S. (24 de mayo del 2020), “Juntan despensas para apoyar a mariachis”. *Mural*. Consultado en oei.es/cultura-covid-19/iniciativas

OMPI (2015). Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor. Suiza.

Organización de Estados Iberoamericanos, OEI (29 de mayo 2020). Iniciativas culturales destacadas impulsadas en los países con motivo de la pandemia y la cuarentena. Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Orozco, Manuel. Entrevista personal el día de 4 junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Parra Arcila, Juan Pablo (2015). Diseño de un Modelo de Innovación para las Industrias Creativas. Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia–Facultad de Administración Manizales. Consultado en bdigital.unal.edu.co/51031/1/75102558.2016.pdf

Perales, Josh. Entrevista personal el día 4 de julio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Pérez, Ignacio. Entrevista personal el día 26 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

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

Plan Jalisco Covid–9 del Gobierno de Jalisco (1 de junio de 2020). SumArte en Casa. Apoyo al sector cultural y artístico. Gobierno de Jalisco. Consultado en sumarteencasa.jalisco.gob.mx/#

Plaza, Eduardo. Entrevista personal el día 27 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Ramirez, Francisco. Entrevista personal el día de 2 junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Ramirez, Mauricio. Entrevista personal el día 4 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

RAW Natural Born Artists (s.f.), “El National Arts Drive”. RAW Natural Born Artists. Consultado en es.nationalartsdrive.com

Rivas, R. (22 de mayo del 2020). Aprueba Congreso de Jalisco deuda de 6 mil 200 millones de pesos. *El Informador*. Consultado en informador.mx/jalisco/Aprueba-Congreso-de-Jalisco-deuda-de-6-mil-200-millones-de-pesos-20200522-0127.html

Rosanoff, Carlos. Entrevista personal el día 8 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Rueda, Sergio. Entrevista personal el día 25 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Ruiz Velasco, Alejandro. Entrevista personal el 10 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación)

Sandoval, Eduardo. Entrevista personal el día 27 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Seclen Parraguez, Daniel (10 de junio 2020). Rumania realiza el primer concierto masivo que respeta el distanciamiento social. GDR. Consultado en garajedelrock.com/noticias/rumania-realiza-el-primer-concierto-masivo-que-respeta-el-distanciamiento-social/?fbclid=IwAR00YLkQxD9-p7Lzp7FoulQaawhj4O4dQDcp5gyhuOOyx5smo9QVg62P4FE

Segob (31 de marzo 2020). Acuerdo por el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-CoV2. *Diario Oficial de la Federación*. Consultado en gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590914&fecha=31/03/2020

Serrano, Fabián. Entrevista personal el día 4 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).

Serrano, Jáuregui, Iván (7 de abril 2020). Cultura UDG y FIMPro presentan plataforma Música México Covid-19. UDG. Consultado en udg.mx/es/noticia/cultura-udg-y-fimpro-presentan-plataforma-musica-mexico-covid-19

Summers, D. y O'Rourke-Jones, R. (2014). *Música. La historia visual definitiva*. Londres, Gran Bretaña: DK.

Torres, M. (2002). *Guadalajara y el rock*. México.

Towse, R. (2014). *Advanced Introduction to Cultural Economics*. Massachusetts, United States: Edward Elgar.

UNESCO (2010). Políticas para la Creatividad. Guía para le desarrollo de las industrias culturales y creativas. UNESCO. Consultado en lacult.unesco.org/docc/UNESCO_Guia_por_una_economia_creativa.pdf

UNESCO-UIS (2005). International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003. Canadá.

UNESCO-UIS (2009). The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statics. Canadá.

UNESCO/UNDP/UNESCO (2010) Creative Economy Report 2010. Estados Unidos: Organización para las Naciones Unidas.

UNESCO/UNDP/UNESCO (2013) Creative Economy Report 2013 Special Edition. Estados Unidos: Organización para las Naciones Unidas.

Universidad de Guadalajara (7 de abril de 2020), "Cultura UDG y FIMPro presentan plataforma Música México Covid-19". Universidad de Guadalajara. Consultado en

udg.mx/es/noticia/cultura-udg-y-fimpro-presentan-plataforma-musica-mexico-covid-19

- Vierling, Tony. Entrevista personal el día 8 de julio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Villa, Andrés. Entrevista personal el 4 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación)
- Villanueva, D. (21 de noviembre del 2019). Aporta sector cultural 3.2% del PIB; suma \$702 mil 132 millones. *La Jornada*. Consultado en jornada.com.mx/2019/11/21/economia/024n2eco
- Waddel, R. Barnet, R., Berry, J. (2007). *This Business of Concert Promotion and Touring*. Nueva York: Billboard Books.
- Wong, Mariana. Entrevista personal el día 7 de julio de 2020. Vía Zoom (aplicación).
- Youyang Gu (31 de mayo del 2020). "COVID–19 Projections Using Machine Learning". Youyang Gu. Consultado en covid19-projections.com/mexico?fbclid=IwAR3Mb_rPZN1yHKsLWI_X-qm2NiDzDm0cjs-7sjolPFHGmOm-wWY7kEgR1YQ
- Zapata, Karla. Entrevista personal el día 15 de junio de 2020. Vía Zoom (aplicación).