

ESTUDIO SOBRE
LA RETRIBUCIÓN DEL ARTISTA
EN LA COMUNIDAD DE MADRID



Índice

La retribución del artista en la Comunidad de Madrid	-3-
Metodología	
1_Universo objeto del estudio	-4-
2_Aspectos en los que se centra el estudio	-5-
3_Datos técnicos del estudio de campo	-7-
Introducción: El valor del Arte	-8-
1_Europa	-11-
2_España	-16-
3_Madrid	-21-
Principales conclusiones	
1_Encuesta anexa	-26-
2_Informe resultados pregunta libre	-27-
La situación de los artistas visuales en la Comunidad de Madrid [respecto a su remuneración]	
1_Aspectos sociodemográficos	-29-
2_Especialización artística	-33-
3_Condiciones en las que desarrolla su actividad	-34-
4_Presencia pública	-37-
5_Remuneración	-38-
6_Mediadores o intermediarios	-39-
7_Ingresos anuales percibidos de entidades de gestión de propiedad intelectual	-41-
8_Ingresos por otros conceptos	-41-
9_Montaje de la exposición	-41-
10_Cobertura social de la actividad	-42-
11_Reconocimiento social de la actividad artística y posibilidad de desarrollarla en la Comunidad de Madrid	-42-

La Retribución del Artista en la Comunidad de Madrid

Es un hecho innegable, actualmente, que la cultura es uno de los valores fundamentales de la sociedad y que como tal va unida de un modo indisoluble a la idea de identidad, imaginación y progreso de un país. A este valioso capital intangible hay que añadirle una aportación no menos significativa cuantificable en términos económicos, pues el sector cultural y creativo se ha convertido hoy en uno de los más dinámicos e innovadores de las sociedades modernas: no sólo es un gran generador de riqueza y empleo, sino que asimismo beneficia y potencia a otros muchos que se relacionan con él.

Sin embargo, a los artistas, parte fundamental y primer eslabón de la cadena cultural, se les deja en la mayoría de los casos al margen y no se les hace partícipes de una riqueza que ellos mismos contribuyen a crear. Resulta llamativo que los beneficios socioeconómicos generados por el arte procedan más de la circulación de proyectos culturales que de la venta de obra, lo que en cierta manera explica que la gran mayoría de los creadores se vea obligada a desempeñar otras actividades profesionales para poder subsistir y desarrollar su trabajo artístico.

De todo lo expuesto se deduce que a lo largo de este proceso se producen importantes quiebras y desajustes que deben denunciarse y corregirse para propiciar un marco que dignifique y favorezca la actividad creativa. Un primer paso para evitarlos y aportar soluciones es analizar y conocer con exactitud la problemática del colectivo artístico, motivo por el cual AVAM solicita el presente estudio, "La retribución del artista visual en la Comunidad de Madrid", cuyo objetivo es determinar las condiciones laborales y la remuneración de los artistas en nuestra comunidad.

Las sociedades modernas necesitan incentivar la creatividad para estar a la altura necesaria en un mundo enormemente competitivo, y para ello es condición imprescindible crear un caldo de cultivo que estimule y propicie el trabajo de los artistas, permitiéndoles vivir dignamente de su profesión y otorgándoles el reconocimiento social que les corresponde. Sólo así el sector cultural y creativo, podrá sustentarse en la actividad creadora y convertirse en un importante motor para la economía de nuestra comunidad, lo cual a fin de cuentas a todos nos ha de beneficiar.

AVAM, Artistas Visuales Asociados de Madrid

Metodología

1_Universo objeto de estudio

Los artistas plásticos y visuales que viven y trabajan en la Comunidad de Madrid constituyen un amplio grupo de profesionales que realizan su trabajo en muy diversas condiciones. Este estudio trata de averiguar cuáles son estas condiciones, con el propósito de mejorarlas para que puedan vivir del resultado de su trabajo.

No existe ningún censo oficial de artistas plásticos o visuales que vivan y trabajen en Madrid: no hay colegios profesionales, no existe ningún estudio específico del Instituto Nacional de Estadística y ni siquiera a través de la Agencia Tributaria podría determinarse, pues los artistas visuales están censados en un grupo profesional mucho más amplio y no específico.

Para abarcar todo este disperso universo profesional se ha distribuido una encuesta elaborada al respecto, a través de la Asociación de Artistas Visuales de Madrid (AVAM), y a través de otras tres instituciones madrileñas que, por sus características, llegan a muy diferentes colectivos de artistas visuales.

La muestra de artistas que han participado son, por ello, en su mayoría socios de A.V.A.M. (asociación profesional integrada por artistas visuales); contando, también, con la colaboración de La Fábrica (entidad privada dedicada a la organización de exposiciones de artistas), de La Casa Encendida (fundación que aglutina a un grupo muy diverso de artistas) y de Cruce (asociación autogestionada por los propios artistas, cuyos planteamientos se mantienen fuera de los circuitos comerciales del arte contemporáneo).

Las respuestas recibidas nos proporcionan una importante representatividad.

2_ Aspectos en los que se centra el estudio

a/ Aspectos sociodemográficos de los artistas visuales en la Comunidad de Madrid: sexo, edad, origen, residencia, estudios y formación artística.

b/ Especialización artística

c/ Condiciones en las que desarrolla su actividad:

- _Solo o en colectivo
- _Si compatibiliza esta actividad con otras profesiones
- _Dedicación

d/ Remuneración:

- _Ingresos percibidos por cada una de sus ocupaciones.
- _En qué tipo de institución o empresa privada ha mostrado su trabajo.
- _Si ha recibido remuneración por la exposición de sus obras.
- _Si es así, en qué condiciones la ha recibido.
- _Aspectos que se tienen en cuenta en los contratos por exposición.
- _Si su trabajo se ha extendido más allá de la realización de obras concretas, y si ha sido remunerado.
- _Si cuenta con intermediarios para comercializar su obra.
- _Cuál es su relación de trabajo con los intermediarios.
- _Ayudas o Subvenciones recibidas.

e/ Cobertura Social:

- _Trabajador por cuenta propia
- _Asalariado

f/ Reconocimiento social de la actividad artística y posibilidad de desarrollarla en la Comunidad de Madrid

g/ Problemas con los que se encuentran los artistas visuales al desarrollar su trabajo en la Comunidad de Madrid

Las especialidades artísticas reflejadas en esta encuesta son:

- _Pintura
- _Escultura
- _Instalación
- _Performance
- _Fotografía
- _Net-art
- _Audiovisual (cine, vídeo o cualquier otro formato que se identifique con este lenguaje)
- _Dibujo
- _Ilustración
- _Escenografía teatral
- _Arte textil
- _Diseño
- _Gráfica
- _Grabado
- _Grabado calcográfico
- _Copy-art
- _Fotomontaje
- _Arte público
- _Cerámica
- _Poesía visual

3_Datos técnicos del estudio de campo

a/ Muestra: 167 (CIENTO SESENTA Y SIETE) encuestas contestadas, lo que representa aproximadamente un 20% del grupo del colectivo de artistas plásticos y visuales, al que nos hemos dirigido.

b/ Universo al que nos hemos dirigido: 900 artistas plásticos y visuales.

c/ Margen de error: 3,47%, con un nivel de confianza del 95%.

d/ Distribución de la encuesta por e-mail, por correo postal, y acceso a través del sitio alojado en la web: www.avam.net

e/ Las respuestas se han recogido entre el 10 de septiembre y el 15 de octubre de 2006.

* Los porcentajes no suman cien ya que se admiten respuestas múltiples.

Introducción: El valor del arte

La cultura es uno de los motores fundamentales de la sociedad y de la economía del siglo XXI. Es el recurso más valioso de una comunidad, un recurso imposible de reemplazar si se pierde o se desplaza.

Los activos económicos se dividen en dos categorías:

- a/ Activos tangibles
- b/ Activos intangibles o 'capital intelectual':
 - b1/ Capital humano
 - b2/ Capital estructural
 - b3/ Capital comercial o relacional

Tradicionalmente los activos físicos constituían un soporte esencial de una economía y garantizaban su competitividad. En los últimos años la situación ha cambiado. Los activos intangibles son actualmente más valiosos que los físicos, como consecuencia de la revolución producida en las tecnologías de la comunicación y en el crecimiento imparable de los servicios relacionados con el conocimiento, dando lugar a la *Nueva Economía* (a escala global y conectada en redes) y a la *Sociedad de la Información*¹.

En la actualidad, la competitividad de una economía depende, en gran medida, de su capacidad de gestionar y de proteger su capital intelectual. Éste opera como catalizador del cambio en los procesos sociales, y proporciona, a aquellas sociedades que lo cuidan y que confían en él, una importante ventaja competitiva.

La cultura es una institución primaria cuyo papel en la sociedad global ha recibido escasa atención. El análisis y cuantificación de las aportaciones del arte y la cultura a las economías nacionales no se ha desarrollado hasta tiempos muy recientes. Tampoco se han tenido en consideración las aportaciones no cuantificables que el arte y la cultura hacen a las sociedades donde crecen y se desenvuelven.

Sin embargo, es incontestable que las relaciones y los procesos culturales pueden evaluarse también, aunque no sólo, en términos económicos, como veremos en las páginas siguientes.

La cultura conduce a la innovación y al crecimiento. El sector cultural es un sector dinámico y activo, en continua expansión, que se adapta con flexibilidad a las exigencias cambiantes de la sociedad del conocimiento, y que se erige en núcleo central de los contenidos que se transmiten a través de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones.

La creatividad es un elemento esencial de la vida de los seres humanos, de su identidad y de su desarrollo. Las obras de creación están en la base de todas las actividades culturales, y contribuyen a la prosperidad de las personas. Pero para que esta prosperidad tenga continuidad en el tiempo tienen que establecerse lazos sólidos entre los creadores y los restantes eslabones de la cadena de producción artística y cultural.

¹ Manuel Castells, *La Era de la Información*, Vol. 1, Alianza, 1996.

La creatividad y la innovación van de la mano. Toda actividad creativa supone una innovación y una aportación nueva y diferente a lo que existía anteriormente, se mire en términos de conocimientos, de técnicas, de formatos, de habilidades, de competencias, de usos, etc.

Ha podido hablarse del nacimiento de una 'clase creativa', cuya influencia en la sociedad es cada vez más acusada. Las empresas líderes buscan el talento, allá donde esté; lo captan y aprovechan la capacidad de los creadores para aportar ideas genuinamente nuevas².

La obra artística contiene un indudable valor institucional y social, que hace que pueda analizarse en términos económicos. La obra artística responde a un trabajo creador y éste, como cualquier otro trabajo, puede ser 'medido' y cuantificado a los efectos, como mínimo, de su valoración y retribución.

Una sociedad desarrollada tiende a consumir y a apreciar, cada vez más, los productos culturales y artísticos como parte de su forma de vida. Y los artistas son los generadores últimos, e irremplazables, de los contenidos culturales y artísticos.

Una definición de las industrias culturales puede ser la siguiente: "...conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productores y distribuidores de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza..."³.

Pero no todas estas ramas y actividades actúan en el mismo plano, ni tienen la misma significación. Cabe distinguir, dentro del llamado sector cultural y creativo de la economía, diferentes áreas, que pueden verse como círculos concéntricos o como escalones progresivos en la estructuración del sector. Puede resultar útil el panorama reflejado en la tabla de la página siguiente⁴.

Como puede verse, el sector cultural, en su 'núcleo básico' (la esfera de las artes), está formado por actividades no industriales, y se caracteriza por producir bienes particulares y únicos, creaciones originales susceptibles de protegerse mediante derechos de autor. Este rasgo reviste importancia trascendental para el objeto de nuestro análisis.

Con anterioridad, un especialista español en la materia ya había avanzado que el núcleo del sector cultural está constituido por los procesos de creación y producción de contenidos originales, y que, en torno a este núcleo, nos encontramos con industrias que impulsan el uso, difusión y comercio de estos bienes, y con industrias que guardan relación con las anteriores⁵.

A partir de este 'núcleo duro' o *básico*, las diversas industrias operan extendiendo los contenidos culturales a través de reproducciones y difusiones masivas, de exportaciones, etc.

A un mayor nivel de desarrollo económico, unido a un mayor nivel educativo, corresponde una demanda creciente de bienes culturales y, en general, de bienes inmateriales. El consumo, en sí mismo, pasa a teñirse con fuertes

² Terminología acuñada por Richard Florida en *The Rise of the Creative Class*, 2003, y en *The Flight of the Creative Class*, 2005.

³ E. Bustamante y R. Zallo, *Las Industrias Culturales en España*, Akal, 1988.

⁴ *La Economía de la Cultura en Europa*, informe elaborado por la consultora Kea European Affairs para la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea, publicado en noviembre de 2006, capítulo II.

⁵ L. C. Herrero Prieto, "La economía de la cultura en España:", *Revista Asturiana de Economía*, nº 23, 2002.

connotaciones culturales; el diseño es tan importante como el producto, incorporando a éste un valor intangible.

Tabla extraída del informe *La Economía de la Cultura en Europa*:

CÍRCULOS	SECTORES		SUBSECTORES
Núcleo Principal [Artes que no exigen tejido industrial]	01	Artes plásticas y visuales	-Pintura, escultura, grabado, dibujo, fotografía, etc.-
	02	Artes escénicas	-Teatro, danza, circo, etc.-
	03	Patrimonio artístico	-Museos, bibliotecas, archivos, etc.-
Segundo Núcleo [Industrias culturales]	04	Cine y vídeo	
	05	Radio y TV	
	06	Videojuegos	
	07	Música	-Grabaciones, actuaciones en directo, etc.-
	08	Libros, prensa, etc.	-Editores de libros, de revistas, de diarios, etc.-
Tercer Núcleo [Industrias y actividades creativas]	09	Diseño	-Diseño gráfico, de moda, de interiores, diseño industrial, etc.-
	10	Arquitectura	
	11	Publicidad	
Cuarto Núcleo [Industrias conexas]	12	Computadores e informática, reproductores de música, comunicaciones.	

A partir de este 'núcleo duro' o *básico*, las diversas industrias operan extendiendo los contenidos culturales a través de reproducciones y difusiones masivas, de exportaciones, etc.

A un mayor nivel de desarrollo económico, unido a un mayor nivel educativo, corresponde una demanda creciente de bienes culturales y, en general, de bienes inmateriales. El consumo, en sí mismo, pasa a teñirse con fuertes connotaciones culturales; el diseño es tan importante como el producto, incorporando a éste un valor intangible.

La *Economía de la cultura* se está consolidando como una disciplina científica específica centrada en el análisis de los bienes culturales, su valor, sus mercados y sus transformaciones, desde un punto de vista económico, pero teniendo en cuenta sus particularidades y sus rasgos propios.

La *Economía de la cultura* está experimentando un progresivo reconocimiento institucional y académico gracias, entre otros, a estos tres factores:

- _La cultura y la creación constituyen una fuente importante de generación de flujos económicos, de rentas y empleos, generando efectos multiplicadores en todo el sistema productivo.
- _La cultura constituye un ámbito idóneo para la intervención de los poderes públicos, a menudo con apoyo en el ordenamiento jurídico, ya que buena parte de los bienes culturales son bienes públicos (en sentido económico).
- _La cultura constituye un buen terreno de aplicación de los nuevos métodos de la ciencia económica⁶.

Los bienes culturales no son productos cualesquiera, sino que comportan una experiencia de carácter cualitativo, una emoción estética, un placer específico, que a menudo asociamos al *prestigio* de un artista, un monumento, una ciudad o un periodo histórico. Los bienes culturales nos recuerdan la formación de una identidad (histórica, social, estética, etc.) y van unidos a unas preferencias subjetivas que, normalmente, no se manifiestan en el mercado ni se expresan en términos monetarios. Este factor simbólico o de *prestigio*, que es fuertemente apreciado por los consumidores de bienes culturales, constituye un elemento esencial del arte⁷.

Por esta razón es preciso abrir este informe diferenciando entre el impacto económico directo del arte y la cultura -cuantificable en términos económicos convencionales, y traducible en cifras- y un impacto indirecto -no cuantificable, pero que incide en el comportamiento de los individuos y transforma sus hábitos sociales-.

Conviene advertir que mucha información existente sólo adquiere valor y sentido cuando admite la comparación con otras informaciones homogéneas. Y esto no es fácil. El sector cultural se define de manera diferente en cada país, las series estadísticas son irregulares y no siempre fiables, las instituciones y las normas jurídicas tampoco son idénticas, ni permiten su asimilación, etc⁸.

1_Europa

Resulta indiscutible que el sector cultural y creativo es uno de los más activos y dinámicos de la economía, representando un porcentaje cada vez más relevante de la producción y distribución total de bienes y servicios, tanto en Europa como en todo el mundo. Los cambios culturales son en estos momentos cambios sociales y cambios económicos.

Esta tendencia, de acuerdo con las cifras y las previsiones más recientes a las que es posible acceder, va a incrementarse en el futuro: la expansión del sector cultural y creativo será muy rápida, ya que cada vez más personas desean acceder con más frecuencia a un mayor número de bienes culturales⁹.

⁶ L. C. Herrero Prieto, "La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente", cit., 152 y ss.; 157.

⁷ L. C. Herrero Prieto, "La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente", cit., 154.

⁸ Sobre esta cuestión ver: Lluís Bonet, "El aporte de la economía al análisis de indicadores culturales", *Ponencia presentada al Seminario Latinoamericano sobre Indicadores Culturales*, México, 7-9 de mayo de 2003.

⁹ Los datos económicos que se citan a continuación se han obtenido, si no se indica otra cosa, del informe *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., Comisión Europea, 2006; accesible en inglés en internet en la web de la U.E.

En primer lugar, debemos destacar que el sector cultural y creativo facturó en Europa más de 654.000 millones de euros en el año 2003, lo que supone el 2,60% del P.I.B. (Producto Interno Bruto) de la Europa de los 30, una cifra superior a la facturación de todo el sector de nuevas tecnologías, inmobiliario, alimentario o químico.

En España, el sector cultural representa sólo el 2,30% del valor añadido sobre el P.I.B., mientras que países como Francia, el Reino Unido y los Países Escandinavos sitúan este porcentaje por encima del 3%, siendo en ellos el sector cultural el más importante de todos en términos cuantitativos. El sector cultural francés supone un 3,40% de su economía.

Se sitúan en los puestos de cabeza, además, Alemania, Bélgica y Holanda; todos ellos por encima del 2,50% del P.I.B.

Los Estados miembros de la U.E. cuyo sector cultural y creativo aporta más a la economía europea, son Alemania (el 0,53% de todo el P.I.B. de la U.E.), Francia (0,52%), Reino Unido (0,47%) e Italia (el 0,29% del P.I.B. de la U.E.). El sector cultural español aporta un 0,18% a la economía europea.

Además, el crecimiento del sector cultural y creativo, en términos de valor añadido, fue del 19,70% en la Europa-30 en el periodo 1999–2003; notablemente más alto (un 12,30% más) que la tasa de crecimiento general de la economía. Esto supone que la cultura constituye un sector especialmente dinámico, innovador y de rápido crecimiento. Esta tendencia se repite también en nuestro país, pero a un ritmo un poco más lento, en torno a un 3,30% inferior a la media europea.

La cultura es un motor para el turismo; *industria* que contribuye al P.I.B. europeo en un 5,50%, siendo Europa el destino más visitado del mundo, con casi 444 millones de llegadas internacionales en el año 2005.

Como comparación, merece la pena observar que en Estados Unidos el sector cultural (*Copyright Industries*) suponía en 2001 entre el 5% y el 6% de todo su P.I.B. (y casi un 4% del empleo total), y que en los últimos 25 años su crecimiento ha más que duplicado al de la economía norteamericana en general.

Mientras tanto, los datos correspondientes a América Latina son igualmente significativos; por ejemplo, en Brasil el sector cultural aportó un 6,70% del P.I.B. en 1998, y el empleo cultural un 5% al total de empleo; en Argentina el sector cultural aportó un 4,10% del P.I.B. en 1993/94, con un 3,50% del empleo; y en Uruguay el sector cultural aportó un 6% del PIB en 1997, con un 4,90% del empleo total¹⁰.

El sector cultural es también muy potente desde la perspectiva de la creación de empleo. En 2004 unos 5,8 millones personas trabajaban en la Europa-30 en el sector cultural y creativo. Esto supone el 3,10% del total de la población empleada en Europa-30 (el equivalente de la población de Irlanda y Grecia juntas). Los países con más trabajadores en el sector cultural son Hungría (6,50%), Holanda (4,20%), Reino Unido (3,80%) y Finlandia (3,70%). Mientras el empleo total disminuyó en Europa en el periodo 2002-2004, el empleo en el sector cultural creció un 1,85%.

Las características del empleo en el sector cultural son destacables por varias razones. El porcentaje de mujeres que trabajan en la industria cultural es algo superior a la media de la economía europea, y llega a ser superior al 52% en el

¹⁰ Datos extraídos del Documento *La Cultura como Generadora de Crecimiento Económico, Empleo y Desarrollo*, comisionado por la Organización de Estados Americanos de cara a la celebración de la II Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura.

mercado de las artes plásticas (exposiciones, galerías, subastas, etc.). En España la representación femenina es algo inferior a la media europea.

Tampoco son boyantes nuestros datos si se compara el empleo cultural en términos porcentuales sobre el total. Aunque sólo los países 'grandes' (Alemania, Reino Unido, Francia e Italia) tienen más personas que España trabajando en el sector cultural (incluyendo aquí el turismo cultural), este colectivo únicamente supone el 3% del total de la población ocupada, por debajo de países como Holanda (un 4,20% del total), Eslovenia, Estonia, Irlanda, Grecia, y los Países Escandinavos.

Por otro lado, casi la mitad de los trabajadores del sector (un 46,80% exactamente) poseen un título universitario medio o superior. El porcentaje se eleva por encima del 60% dentro del mercado del arte en 2002. España ofrece aquí una cifra digna de resaltar: contamos con una de las *ratios* más elevadas de titulados universitarios en el sector cultural (60,40%); dato que puede ponerse en conexión con el siguiente: sólo el 14% de los trabajadores del sector cultural español tienen 50 o más años, frente a una media del 23% en Europa. Lo que supone que, dentro de un entorno de alta cualificación, el colectivo de trabajadores de la cultura en España se caracteriza por ser más joven, mejor formado, y con cualificación profesional más alta que en dicho entorno¹¹.

En el sector cultural y creativo la tasa de profesionales autónomos, o independientes, es casi del 29%, lo que supone el doble de la media europea en general; la tasa de temporalidad es del 17%, asimismo, superior a la media; y el porcentaje de trabajadores a tiempo parcial, en torno al 25%, es también superior a la media europea¹².

Según estimaciones de la consultora Price Waterhouse, los subsectores que ejercerán liderazgo y generarán beneficios con mayor rapidez en los próximos años son: la publicidad, la creación de contenidos en internet y la creación de contenidos en videojuegos. De igual manera, apunta la predicción de que los países de la Europa Central y del Este crecerán con particular velocidad en el consumo de bienes culturales.

Si pasamos a examinar otros parámetros del sector cultural y creativo nos encontramos con datos que son igualmente significativos. Mientras que en la Europa-30 los índices de productividad son crecientes, yendo desde un 1,42% en 1999 hasta un 1,57% en 2003, en España el proceso ha sido el inverso, descendiendo desde un 1,51% hasta un 1,43% en las mismas fechas.

En cuanto a la rentabilidad (margen de beneficios), ésta se ha estabilizado en la Europa-30 por encima del 9% en estos años, mientras que en España ha bajado de un 9,20% a un 8% en las fechas de referencia.

Sin embargo, dentro de esta línea general, merece la pena destacar que el subsector europeo de las artes plásticas y visuales, conjuntamente con el subsector del diseño, ofrecen los mejores resultados, tanto en términos de productividad como de rentabilidad en este periodo, en comparación con otros subsectores¹³. No cabe duda que una gestión adecuada en el ámbito del arte es susceptible de generar resultados económicos óptimos para sus promotores.

La creatividad tiene la virtud de beneficiar y de potenciar casi todos los subsectores que tienen relación con ella. Los componentes centrales del arte y la

¹¹ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 87-88.

¹² *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 90 y ss.

¹³ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 106-107.

cultura, esto es, la imaginación creativa y la originalidad, están presentes en todos los fenómenos interesantes que nos rodean.

Los datos con que contamos en el sector del diseño (moda, interiores, mobiliario, vehículos, etc.) son esclarecedores: empresas como Louis Vuitton, Gucci o Prada generan ingresos por miles de millones de euros. Y más en general, un informe reciente del World Economic Forum concluye que, de los veinte países con economías más competitivas, dieciocho de ellos son igualmente líderes en beneficios generados por las industrias del diseño¹⁴.

Sobre el mercado del arte contamos también con datos relevantes. Se advierte un crecimiento sostenido del subsector en Europa, pero más lento que el que se produce en los EE.UU. o en otras áreas emergentes (Rusia, Asia, etc.). Las cifras son, en todo caso, mareantes: en 2002 las grandes ferias de arte, como las de París, Londres, Berlín, Venecia, Bruselas, Bolonia, Frankfurt, la holandesa TEFAF (en Maastricht), y ARCO en Madrid, generaron un volumen de negocio superior a los 1.000 millones de euros.

La función de las grandes ferias de arte no puede minusvalorarse, pues dan a conocer a artistas nuevos, y proyectan su obra en un mercado internacional, a la vez que generan importantes recursos indirectos para toda la región.

Por ejemplo, la Documenta de Kassel atrajo 650.000 visitantes en 2002, de los cuales más del 30% eran extranjeros; su impacto directo en la zona se estima en más de 58 millones de euros¹⁵. Durante la TEFAF de Maastricht en 2006 se vendieron obras de arte por un valor superior a los 500 millones de dólares, y fue visitada por más de 80.000 personas, la mitad de las cuales no eran holandesas. Algo similar ocurre con los grandes festivales culturales, como el de Edimburgo, que generó ingresos por valor de 120 millones de libras en ese año¹⁶.

Si nos centramos en las galerías de arte y otros mediadores privados, la estimación correspondiente a 2002, en volumen de facturación en Europa, supera los 12.000 millones de euros. De esta cifra, la parte de beneficio se la lleva el Reino Unido, en primer lugar, y Francia, en un segundo puesto; mientras que las cifras de España son más bien modestas.

En el Reino Unido las galerías y casas de subastas movieron casi 7.000 millones de euros en 2002; lógico si observamos que en ese mercado operan más de 10.200 empresas que generan más de 37.000 empleos, cubriendo prácticamente la mitad de todo el empleo que genera el sector en Europa. Merece la pena destacar que en el Reino Unido tres cuartas partes de los contratos en el mercado privado del arte son a tiempo completo, con un salario medio superior a los 37.500 euros/año en 2002¹⁷. Precisamente en el Reino Unido los artistas visuales se han visto obligados a desarrollar actividades complementarias de carácter cultural, de gestión, de mediación y, a menudo, sacar adelante galerías independientes en las que poder exponer su obra, adoptando un enfoque empresarial de su trabajo artístico.

Las galerías de arte francesas reciben en torno a 100 visitantes semanales; su volumen de facturación medio se sitúa en los 800.000 euros (en 2004), y más de la mitad de esta actividad se centra en el arte moderno y de vanguardia. Un 78% de los ingresos se generan por las primeras ventas a particulares. Casi un 70% de los galeristas se muestran confiados en relación con su futuro

¹⁴ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 286-290.

¹⁵ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 151.

¹⁶ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 158.

¹⁷ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 295-97.

profesional¹⁸. Por otro lado, no es una práctica habitual la firma de contrato escrito entre artista y galería, ni existen reglas definidas en esta materia, lo que ha conducido a un movimiento asociativo más dinámico entre los artistas¹⁹.

Sin embargo, un Informe de la Asociación Nacional de Artistas señaló, en 1997, que solamente el 5% de los artistas visuales del Reino Unido podían vivir de su actividad artística en exclusiva²⁰. El mismo porcentaje se repite en Francia con respecto a los escritores: sólo el 5% puede vivir de sus creaciones literarias²¹. Nos encontramos con uno de los problemas críticos: incluso en subsectores que generan riqueza y mueven importantes capitales, el artista se encuentra 'fuera' del negocio y no obtiene del mercado del arte una remuneración suficiente para vivir.

Asimismo, el nuevo papel que juegan los museos es esencial para entender esta expansión económica del mercado del arte. En tan sólo ocho años el Museo Guggenheim, de Bilbao, ha generado ingresos que multiplican por 18 el importe de la inversión inicialmente desembolsada para ponerlo en marcha²²: esta tasa de beneficio es difícil de encontrar en cualquier otro sector de la economía. En 2002 el presupuesto del Louvre, de París, superaba los 120 millones de euros, y el del Metropolitan, de Nueva York, los 115 millones de dólares²³.

El precio de las obras de arte en el mercado se ha disparado en los últimos años, alcanzando valores excepcionales. En el caso del arte contemporáneo, en que se dan cita tendencias y estilos totalmente distintos, en ocasiones contrapuestos, y en que la valoración estética queda, por así decirlo, 'abierta', la valoración económica pasa a ocupar un lugar fundamental.

Si nos dejamos llevar por esta apreciación, artistas tan modernos como Jackson Pollock o Willem de Kooning, cuyos cuadros han alcanzado valores superiores a los 100 millones de euros en noviembre de 2006, ocuparían un lugar de absoluto privilegio²⁴. Tan sólo hace cinco años las obras de estos autores "podían superar la barrera de los 10 millones de dólares"²⁵. Este dato es de por sí bastante expresivo acerca de la aceleración que el mercado está sufriendo en los últimos años en cuanto al precio de las obras de arte.

Incluso en el caso de autores vivos, cuya obra aún no está concluida, nos encontramos ya con precios realmente exorbitantes. El valor de la obra de los autores consagrados crece rápidamente, y este incremento arrastra, también, el valor de la obra artística en general; el arte empieza a ser considerado un producto caro, cuando no de lujo.

Hemos visto que el arte genera muchos beneficios sociales y económicos, que dependen más de la circulación fluida de los proyectos artísticos y culturales que de la venta de obras. En buena medida, el artista que, de forma estable y continuada, desarrolla actividades creativas, está prestando un servicio cultural, y poniendo las bases para las instituciones culturales del futuro.

¹⁸ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 294.

¹⁹ Iréne Ruzsniewski, "Artists and Galleries in France since 1990", *Conditions for Creative Artists in Europe, Report from the EU Presidency Seminar in Visby*, Svante Beckman (ed.), Ministry of Culture, Sweden, 2001, 98-100.

²⁰ ERICarts, *Creative Artists, Market Developments and State Policies*, Documento de Referencia para: *Conditions for Creative Artists in Europe*, Seminario de la Presidencia de la U.E., Visby, Suecia, 2001, 59.

²¹ *Conditions for Creative Artists in Europe, Report from the EU Presidency Seminar in Visby*, cit., 40.

²² *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 156-157.

²³ "Así se gestionan los museos del mundo", *El País*, 13 enero 2002, 32-33.

²⁴ *El País*, 19 noviembre 2006, 54.

²⁵ Alberto López Cuenca, "El mercado del arte en Estados Unidos", *Revista de Libros*, nº 57, Fundación Caja Madrid, septiembre 2001, 7.

Es importante resaltar este aspecto, ya que, cuanto más participe el artista en la creación de valor con su integración en la producción y gestión cultural, más arbitrario será defender que su contraprestación ha de ser solamente simbólica. La profesionalidad del artista, reflejada en los diferentes momentos del proceso de creación y de circulación de las obras, no admite un pago simbólico, sino que exige un tratamiento similar al que encontramos en otros sectores de las industrias culturales.

2_España

Como en otros lugares, también en nuestro país, la economía de la cultura y del ocio ha crecido en los últimos años a unas tasas superiores de las registradas por el conjunto de la economía, tanto en facturación total como en productividad y valor añadido.

El análisis de la aportación de la cultura al crecimiento económico español no está suficientemente desarrollado. Sólo en los últimos años se han abordado estudios e informes al respecto, elaborados por la S.G.A.E., la Fundación Autor, algunas Cajas de Ahorros y el Ministerio de Cultura, entre otras entidades. Asimismo, contamos con un importante *Estudio sobre la Dimensión Económica de las Artes Visuales*, elaborado por encargo de la Fundación Arte y Derecho y la Asociación de Artistas Visuales de Cataluña (A.A.V.C.).

Como hemos indicado antes, el sector cultural y creativo supone un 2,30% del P.I.B. español, facturando por valor de 61.333 millones de euros en 2003. Estas cifras superan, por ejemplo, a las obtenidas por los sectores alimentario, textil, químico, de maquinaria, de informática, etc. Solamente el sector inmobiliario, con un 3%, aporta más a la economía española que el sector cultural.

La Ministra de Cultura afirmó en diciembre de 2005, al presentar el Anuario de Estadísticas Culturales de ese año en el Foro Nueva Economía, que el sector cultural suponía entre un 2% y un 4% del P.I.B. español. Al comparecer nuevamente en este mismo Foro en noviembre de 2006, ha asegurado que el peso del sector cultural español podía cifrarse actualmente en un 3,50% del P.I.B.

Si echamos la vista atrás, veremos que el volumen de negocio del sector cultural ha venido mostrando un comportamiento claramente expansivo, con un crecimiento acumulado en el periodo 1992-1997 superior al 80% en pesetas corrientes, lo que sitúa al sector de la cultura y el ocio como uno de los más dinámicos de nuestra economía, pudiendo predecir para él una mayor expansión en el futuro²⁶.

Por otro lado, el Valor Añadido Total (V.A.T.) generado por el sector de la cultura en España había sobrepasado antes de 2000 los 3 billones de pesetas corrientes. Más significativo es aún que, entre 1992 y 1997, el V.A.T. creciera casi un 86% en pesetas corrientes, destacando claramente la primacía de la iniciativa privada frente a la pública.

En efecto, ya en 1993 el sector cultural privado generaba más del 86% del V.A.T., y esta participación se elevó hasta un 92% en 1997, adquiriendo una

²⁶ M^a Isabel García Gracia, Yolanda Fernández, y José L. Zofio: "La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: análisis nacional, regional y sectorial", *Información Comercial Española*, nº 792, junio/julio 2001, 42 y ss.

presencia cada vez más activa en la economía española, mientras el peso del sector público en el V.A.T. se reducía hasta un 8% del total.

Las tendencias parecen apuntar a una moderada elevación de la productividad en el sector creativo y cultural, por encima del ritmo general de la economía. Las Comunidades Autónomas que muestran unos niveles mayores de productividad son en las que el subsector privado es responsable de un mayor porcentaje en la generación de V.A.T. A su vez, estos rasgos se agudizan en aquellos subsectores de la industria cultural que han introducido mejoras más significativas en las tecnologías que utilizan²⁷.

A lo largo de la última década el número de empresas dedicadas a actividades culturales ha crecido notablemente, a un ritmo acelerado, situándose en el año 2005 por encima de las 60.000, lo que supone el 2% del total de empresas españolas registradas por el I.N.E.²⁸.

Se constata, de igual modo, que el mayor crecimiento lo presentan las empresas que desarrollan actividades del 'núcleo duro' artístico y creativo, las actividades generadoras de derechos de autor, con un crecimiento del 43%, con lo que su peso relativo dentro del sector ha aumentado; y hace diez años su facturación ya se situaba en torno a los 150.000 millones de pesetas²⁹.

La industria editorial es una de las más activas, con un papel destacado en Europa y América, editando más de 72.000 títulos en el año 2003 (entre primeras ediciones y reediciones)³⁰.

Otros ejemplos pueden ser, el crecimiento en la recaudación de las salas de cine año tras año a un ritmo elevado (supuso 700 millones de euros en 2004)³¹; o que los turistas extranjeros que declaran venir a España por motivos culturales supongan ya casi el 14% del número total de turistas, y más del 14% del total del gasto realizado. Este colectivo de turistas 'culturales' se dejó en España más de 6.300 millones de euros en 2004³².

La propia Ministra de Cultura ha afirmado en noviembre de 2006, en el Foro Nueva Economía, que el crecimiento esperado del sector cultural y de ocio es de un 6,50% anual hasta 2010.

Asimismo, y como ocurre en el resto de Europa, el crecimiento del sector, en términos de valor añadido y de creación de empleo, ha sido muy superior a la media de otros sectores. En los años noventa el sector cultural creció una media del 7% interanual, frente al 1,40% del total de la economía española³³.

En creación de empleo también resalta el dinamismo del sector, que ocupaba ya en 2004 a más de 558.000 personas, según las estimaciones oficiales. Esta cifra supone casi el 3% del empleo total en España. En los últimos cinco años el empleo cultural ha crecido más de un 20% en términos absolutos³⁴.

²⁷ Francisco Marco-Serrano y Pau Rausell-Köster, "Análisis de la productividad en el sector de la cultura y el ocio español: Una perspectiva regional", *Estudios de Economía Aplicada*, nº 24-2, 2006, 699-722.

²⁸ Datos contenidos en el *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, del Ministerio de Cultura de España (accesible en internet).

²⁹ "La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: análisis nacional, regional y sectorial", cit., 49.

³⁰ I.N.E., *Anuario Estadístico de España 2005*, tabla 4.1.1.

³¹ *Anuario Estadístico de España 2005*, cit., tabla 4.3.3.

³² *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, cit., Apartado 7: "Turismo Cultural".

³³ Datos citados en *Los Desafíos de la Propiedad Intelectual en la Sociedad del Conocimiento*, conferencia dada por E. Bautista en el Club Siglo XXI de Madrid el 2 de abril de 2005.

³⁴ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, cit., Apartado 1: "Empleo Cultural".

Como indicábamos con anterioridad, el empleo cultural español se caracteriza por su alta cualificación académica, y por una presencia mayoritaria de personas jóvenes. Por otro lado, el porcentaje de trabajadores asalariados es muy alto (en torno al 85% del total del sector) y en ascenso.

Según datos del Ministerio de Cultura, el volumen anual de negocio de las industrias culturales en España (en sentido estricto) se situó en el año 2004 en los 19.000 millones de euros, de los que 8.200 millones corresponden al subsector de las artes gráficas y soportes grabados.

A esta cifra habría que sumar el volumen de negocio de las actividades cinematográficas, de vídeo, radio y televisión, así como de espectáculos, con lo que el sector cultural en su conjunto se sitúa en un volumen de negocio anual en torno a los 32.000 millones de euros³⁵.

Sin embargo, en el citado estudio *La Economía de la Cultura en Europa* se pueden encontrar datos preocupantes; por un lado, el crecimiento del valor añadido del sector cultural es inferior a la media europea e inferior, igualmente, al ritmo de crecimiento de la facturación global (en Europa sucede a la inversa)³⁶; por otro, la inversión en activos intangibles (capital intelectual) en España, que llegó a ser de un 4% sobre el volumen total de negocio en el año 2000, se redujo hasta el 2,90% en 2003; mientras tanto, la media de los países de la U.E. se ha situado, en el mismo año, en un 4,20%³⁷. Esto supone que el peso del factor creativo e innovador en nuestra economía no crece como debiera.

El sector público: el órgano rector de la política cultural de la Administración Central del Estado es el Ministerio de Cultura. Sin embargo, su estructura orgánica y su capacidad presupuestaria son más bien livianas, correspondiendo la mayor parte de las competencias en materia de cultura a las administraciones territoriales (autonómicas y locales). Éstas han ido alcanzando un creciente protagonismo, hasta convertirse en los principales actores de la promoción pública de la cultura. No debe olvidarse, también, la presencia de numerosos entes autónomos con personalidad jurídica propia, en régimen de descentralización de funciones y amplia autonomía de gestión: Museos, bibliotecas, teatros, institutos, etc.

La financiación pública de la cultura en España viene a representar, aproximadamente, el 1% del P.I.B. (en estimaciones optimistas). De la aportación del sector público más de la mitad corresponde a las administraciones locales (creciendo rápidamente), cerca del 28% a las Comunidades Autónomas, y menos del 20% a la Administración General del Estado. Esta distribución es consecuencia del carácter altamente descentralizado del sistema político español³⁸.

La presencia de los sujetos públicos en el sector cultural y creativo español, con ser extremadamente importante para nuestro análisis, es muy limitada si la comparamos con la aportación del sector privado; éste es, como dijimos antes, más dinámico y productivo, genera más puestos de trabajo, y esta generación de empleo es más significativa cuanto más pujante es el subsector privado en cuestión.

³⁵ Datos tomados del *Anuario de estadísticas culturales 2005*.

³⁶ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 69.

³⁷ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 108-109.

³⁸ Jaime Otero, *Las Políticas Culturales en Europa: el caso español*, Documento de trabajo 24/2004 del Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos (accesible en internet).

Según datos de 2002, las Cajas de Ahorros españolas destinaron más de 476 millones de euros a iniciativas culturales, lo que representa más de la mitad del presupuesto del Ministerio de Cultura para ese año, y un 40% del gasto en cultura de todas las Comunidades Autónomas³⁹.

No resulta ocioso advertir que la partida dedicada a 'exposiciones de artes plásticas' es, con diferencia, una de las más pequeñas del presupuesto cultural de la Administración General del Estado (menos del 0,50% del total en 2003); y que tampoco esta partida aparece bien tratada en el presupuesto liquidado por la Administración Autonómica, con menos de 10 millones de euros en inversiones reales. Ese mismo año las ayudas directas a artistas y asociaciones, así como las destinadas a la promoción del arte español, supusieron cifras insignificantes⁴⁰.

Es sobradamente conocido que el mercado español de artes visuales es raquítico, y no admite comparación con las grandes ferias y mercados europeos. Nuestro país no alcanza ni siquiera el 1% del total de transacciones artísticas en el mundo.

La casa de subastas Christie's recaudó 15 millones de euros en una subasta de arte español celebrada en Madrid el 4 de octubre de este año, consiguiendo batir el récord de recaudación global en España, y también el récord de una única obra subastada en nuestro país (un Anglada Camarasa, por casi 3 millones de euros). Pues bien, los 145 lotes vendidos en esta gran subasta no valen juntos lo que una sola pintura de Egon Schiele subastada por Christie's en Nueva York unos días después, el 8 de noviembre; y están muy lejos de los grandes récords en compraventas privadas de arte en la actualidad. De hecho, la otra gran casa de subastas, Sotheby's, apuesta por realizar las subastas de arte español en Londres, porque "el mercado español [es] muy local"⁴¹.

Otro ejemplo lo hayamos al analizar que ninguna de las 20 mayores exposiciones de arte del mundo en el año 1998, en relación al mayor número de visitantes, se celebró en nuestro país; y en 2005 sólo Bilbao consigue incorporarse a este selecto grupo⁴².

Se ha afirmado recientemente que el hecho de que existan galerías no significa que en España exista un verdadero mercado del arte; el mercado no está en nuestro país, sino en el extranjero. Y tampoco tenemos instituciones artísticas en sentido propio⁴³.

Si nos fijamos en el volumen de negocio de las galerías de arte, comprobamos que España se sitúa en un nivel similar al de Austria, Bélgica o Dinamarca, y muy por debajo de Suecia. El número de empresas españolas en el mercado del arte es la mitad que el de Holanda, y más de cinco veces inferior al de Austria. Con Francia la comparación es espectacular: en el país vecino cuentan con 85 empresas de arte por cada empresa española, y con 60 puestos de trabajo en el sector por cada empleo creado en España⁴⁴. Estos datos inciden, de manera directa, en el hecho a menudo constatado de que los artistas visuales españoles son escasamente conocidos fuera de España⁴⁵.

³⁹ *Las Políticas Culturales en Europa: el caso español*, cit., 31.

⁴⁰ *Anuario de estadísticas culturales 2005*, tablas 3.4 y 3.9. Otros datos sobre los Presupuestos de 2003 pueden encontrarse en la contribución de Jorge Luis Marzo, en la Revista *Inventario*, nº 12, órgano de AVAM (2005), 99.

⁴¹ L. Gómez y C. Serra, "El pequeño gran mercado español", *El País*, 19 noviembre 2006, 53.

⁴² *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 153.

⁴³ Intervención de Chus Martínez en *Inventario*, nº 12 (2005), 31.

⁴⁴ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 295.

⁴⁵ Intervención de Alicia Murría, *Inventario*, nº 12, 64.

No es de extrañar, en este contexto, que el número de alumnos matriculados en enseñanzas de artes plásticas y diseño, en sus diferentes grados, permanezca estancado desde hace varios años. Los datos no invitan al entusiasmo. Si sumamos los licenciados en Bellas Artes y los titulados en las enseñanzas artísticas en régimen especial, apenas encontramos 4.000 nuevos titulados cada año en este subsector⁴⁶.

Según el *Estudio sobre la Dimensión Económica de las Artes Visuales*, antes citado, con datos referidos a 2003, el subsector de la formación y educación artística ocupa a más de 5.500 docentes, que imparten materias a cerca de 80.000 alumnos, alcanzando cifras superiores a los 250 millones de euros.

Este estudio cifra en 11. 236 los artistas visuales ejercientes en España.

La difusión (salas y centros de arte) da trabajo a casi 700 personas y mueve un volumen de negocio cercano a los 200 millones de euros. El mercado del arte (galerías y casas de subastas) ocupa a más de 1.630 personas, y mueve 145 millones de euros.

Finalmente, deben sumarse los 3.852 trabajadores de los museos y los 3.270 funcionarios adscritos al sector de artes visuales, en el total de las administraciones públicas⁴⁷.

El panorama, tal como lo reflejan los propios artistas, es de una profunda desconfianza entre el arte y la sociedad, entre el arte y la opinión pública y, como consecuencia de ello, en la percepción que el público tiene de los artistas⁴⁸. No podemos extrañarnos de que la cifra de visitantes estimados a los Museos de Arte Contemporáneo y a los Museos de Bellas Artes (en número de visitantes por museo abierto) haya descendido desde el año 2000 de forma acusada⁴⁹.

La práctica del arte debe estar orientada a la propuesta y debate de horizontes de innovación, hacia los cuales orientar nuevas expectativas. Obviamente, estas pretensiones se fundamentan en un presupuesto previo, a saber, que el arte se entienda como una actividad, una práctica cultural, en resumen, un trabajo. El mercado del arte, como cualquier otro, es ininteligible si no existe una actividad profesional subyacente, si no existen personas que dedican su tiempo y su esfuerzo a la creación; dicho de otro modo, si no entendemos que antes (y más importante) que la obra final, se encuentra el proceso creativo.

Desde esta perspectiva lo que define a los países líderes en el mundo del arte es el dinamismo y la pluralidad de enunciados artísticos y culturales que se desarrollan en ellos. Y quienes pueden vivir de su trabajo como artistas visuales son los que se encuentran en mejor posición para aprovechar este dinamismo y creatividad, para realizar aportaciones a la vez innovadoras y propias de su tiempo.

Un elemento central de la propuesta es que el artista visual participe por sí mismo en los mecanismos de producción artísticos, en el aparato institucional de la cultura, y en la gestión de los eventos, las muestras y exposiciones (lo que resulta habitual en los países del Norte de Europa). Una intervención más directa

⁴⁶ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, tablas 8.1 y 8.2.

⁴⁷ Estos datos se encuentran disponibles en el portal de la Asociación de Artistas Visuales de Cataluña, www.aavc.net, y en el portal cultura.gencat.net.

⁴⁸ Montse Badía, "Estatus social", *Inventario*, nº 12 (2005), 115.

⁴⁹ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, tabla 11.12.

y completa del artista justifica plenamente la exigencia de una retribución por su trabajo.

3_Madrid

Si pasamos de la perspectiva nacional a la local, veremos cómo Madrid presenta un perfil bastante particular dentro del sector cultural español. Aquí se concentra una gran parte de la actividad creativa, aquí viven y trabajan un gran número de artistas (muchos de ellos venidos de fuera), pero a la vez las quejas sobre el tratamiento que Madrid da al arte y la cultura son constantes: es un perfil de luces y sombras.

La Comunidad de Madrid consiguió mejorar, en 2004, la tasa media de crecimiento de la economía nacional, situándose en un 2,85% de incremento del P.I.B., compatible con un fuerte incremento demográfico. El P.I.B. per cápita madrileño se sitúa un 28,80% por encima de la cifra correspondiente a todo el país. Este crecimiento se explica, ante todo, por la progresión del empleo, más que por la mejora en la productividad⁵⁰.

Si nos centramos en las grandes cifras de la industria cultural y creativa, el liderazgo de la Comunidad Autónoma de Madrid es indiscutible; suponía, en los años noventa, casi el 50% de toda la facturación nacional del sector, en torno al 22% de las empresas que operan en el sector cultural, y casi el 34% de todo el empleo generado en éste. En Madrid un 17% del total del empleo regional está relacionado con actividades culturales. Asimismo, el crecimiento tanto en creación de empresas como en creación de empleo es superior a la media nacional; actualmente en Madrid radican un 25% de las empresas culturales, superando incluso a Cataluña en este dato.

Muy relevante resulta apuntar también, que Madrid es la Comunidad de toda España en la que el peso relativo del subsector privado es mayor, superando el 98% del total. En términos de valor añadido, la iniciativa pública aportó apenas el 1,60% en los años noventa⁵¹.

Si nos fijamos en el peso relativo del sector cultural y creativo sobre el conjunto de la actividad económica del área, Madrid ofrece de nuevo el valor máximo en toda España; el sector se situaba en la pasada década en torno al 7,50% del P.I.B. regional, muy por delante de Cataluña, Galicia y las restantes Comunidades Autónomas.

Si el análisis parte de la productividad, de nuevo Madrid asume el liderazgo. Las tasas de variación de la productividad, tanto del capital como del trabajo, son muy superiores a las tasas de todas las demás comunidades. Hacia finales del siglo XX Madrid generaba ya, por sí sola, más del 43% del valor añadido cultural de toda España. Esto supone que Madrid ejerce su liderazgo no sólo en términos de dimensiones globales, de grandes números, sino también en términos de dinamismo y de innovación⁵². En la Comunidad de Madrid, según datos recientes, el 5,20% del empleo total se relaciona con el sector creativo y cultural⁵³.

⁵⁰ Datos extraídos del Informe *Situación Económica y Social de la Comunidad de Madrid-2004*, elaborado por el Consejo Económico y Social de Madrid.

⁵¹ "La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: análisis nacional, regional y sectorial", cit., 52 y ss.

⁵² Análisis de la productividad en el sector de la cultura y ocio español: Una perspectiva regional", cit.

⁵³ Fernando Samaniego, *El País*, 13 noviembre 2006, 49.

Estos datos son sin duda estimulantes, pero no debemos olvidar que el dinamismo del sector cultural y creativo en Madrid viene impulsado, casi exclusivamente, por las empresas y entidades privadas.

Si analizamos ahora las cifras correspondientes a la financiación y gasto público en cultura, el panorama es menos alentador. En 2003 Madrid sólo fue la tercera Comunidad Autónoma que más gastó en cultura, en términos absolutos, dedicando más de la mitad del presupuesto a gastos corrientes; si bien nuestro papel fue aún más discreto en términos relativos, sólo cinco Comunidades Autónomas invirtieron menos –euros por habitante– que Madrid en cultura⁵⁴.

Si nos detenemos en el gasto liquidado en cultura por los municipios madrileños, se detecta que en otras cuatro comunidades el esfuerzo financiero, a nivel local, ha sido superior. Y de este gasto, más del 60% se destinó en los municipios de Madrid a gastos corrientes⁵⁵.

Resulta significativo que el informe sobre la situación de la Comunidad de Madrid en 2004, que presenta su Consejo Económico y Social, en el capítulo 11, dedicado a “Cultura, ocio y consumo”, se abra con el dato de audiencias de televisión en la Comunidad, con especial atención a la audiencia de Telemadrid, desglosada por tipos de poblaciones, hogares, etc. Posteriormente se ofrecen datos sobre bibliotecas, museos, salas de cine, teatros, y demás espacios culturales, con mínimas referencias a la situación de las artes visuales en Madrid. Más adelante se hace hincapié en que Madrid fue, durante 2004, la capital europea que albergó más actividades deportivas (a excepción de Atenas, a causa de los JJ.OO.)⁵⁶.

El número de turistas que tuvieron en 2004 como destino principal la Comunidad de Madrid ascendió a 3,372 millones, con un incremento superior al 10% con respecto al año 2003. Este crecimiento se sitúa casi 7 puntos por encima de la media nacional. De ellos un porcentaje muy significativo acudieron a Madrid atraídos por su oferta cultural⁵⁷.

La estadística oficial también ofrece otro dato de notoriedad; en la Comunidad de Madrid el número de alumnos (de 16 a 21 años) matriculados en enseñanzas de artes plásticas y diseño, por cada 10.000 habitantes, es muy inferior a la media nacional. Sólo tres Comunidades Autónomas presentan una cifra inferior. El número de museos, y colecciones museográficas, por cada 100.000 habitantes, es de los más bajos de toda España (si bien en la esfera específica del arte contemporáneo la situación es mejor). De igual modo, el índice de visitas a museos entre los madrileños es también inferior a la media nacional⁵⁸.

En concreto, el Museo del Prado sufrió en 2004 un descenso en el número de visitantes del 14% con respecto a 2003, dato bastante llamativo, mientras que el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía permaneció prácticamente estabilizado. Un dato más positivo lo ofrece el Centro Sociocultural La Casa Encendida, patrocinado por la Fundación Caja Madrid, con casi 430.000 visitantes a sus diferentes eventos⁵⁹.

⁵⁴ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, tablas 3.5. – 3.8.

⁵⁵ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, tabla 3.11.

⁵⁶ *Situación Económica y Social de la Comunidad de Madrid-2004*, cit.

⁵⁷ *Situación Económica y Social de la Comunidad de Madrid-2004*, cit.

⁵⁸ *Anuario de Estadísticas Culturales 2005*, tablas 8.9, 9.12, y 11.1.

⁵⁹ *Situación Económica y Social de la Comunidad de Madrid-2004*, cit.

Ninguna de las 20 mayores exposiciones de 1998 se celebraron en nuestra ciudad; y en 2005 se repite el dato, observando que ciudades como Bonn o Brescia, e incluso Bilbao, se encuentran por delante de Madrid⁶⁰.

La debilidad del mercado del arte (común a todo España, pero muy presente en Madrid), unida a la desconfianza social en el arte contemporáneo y su escasa visibilidad institucional, entre otros factores, aconsejan que los artistas y sus asociaciones dediquen una atención prioritaria a definir el marco de sus relaciones con las entidades y organismos públicos, ya que éstos son los que frecuentemente contratan sus servicios⁶¹.

El sector cultural y creativo constituye una herramienta fundamental del desarrollo económico a nivel regional y local. En particular, las actividades artísticas tienen un impacto inmediato en el entorno más próximo, y sus efectos se notan más en el ámbito territorial cercano.

Podemos distinguir tres funciones de la cultura en el desarrollo local:

- _Las actividades culturales atraen visitantes y turistas allí donde se desarrollan; actúan como focos de referencia, generando un impacto económico directo e indirecto.
- _La fase de producción de las obras de arte se realiza siempre a nivel local, aunque posteriormente se proyecte hacia el exterior, y con ello incida en otras actividades conexas a su entorno inmediato.
- _Las actividades culturales producen un efecto reflejo, tanto en el lado de la oferta como en el de la demanda de bienes culturales⁶².

La consecuencia más notable de las actividades culturales ambiciosas es que 'ponen en el mapa' a la ciudad o a la región donde se llevan a cabo. Una vez iniciado el proceso, artistas, mediadores y consumidores se darán cita en esa ciudad y potenciarán su papel global. Los poderes públicos tienen mucho que decir al respecto. Estamos hablando de las ciudades creativas o de los así llamados 'nichos creativos'.

Varios rasgos caracterizan a las ciudades creativas: la innovación, la experimentación, el cambio, la adaptación constante a las transformaciones, entre otros. En la esfera del arte, esto supone estar a la vanguardia en la producción y circulación de tendencias, aportar nuevos contenidos y no limitarse a importarlos.

Una ciudad o región que desea atraer talentos, personas creativas e innovadoras, debe ofrecerles unas condiciones de trabajo que operen como un fuerte incentivo para ellas, un entorno creativo, de libertad, innovación y flexibilidad, de dinamismo cultural y apertura internacional hacia las nuevas tecnologías.

Londres y Berlín son buenos ejemplos de 'nichos creativos' en Europa. En ambas ciudades el sector cultural juega un papel económico decisivo, y mantiene una fluida relación con otros sectores, así como con el desarrollo ciudadano en su conjunto.

⁶⁰ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 153.

⁶¹ Los problemas de los artistas visuales que tienen que ver, directamente, con la situación específica de Madrid fueron abordados por varios de los asistentes a la Mesa Redonda del 13 de noviembre, y se reflejaron en distintas intervenciones (Chus Martínez, Daniel Villegas...) en las Jornadas "El estatus del artista", *Inventario*, nº 12, AVAM, 2005.

⁶² *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 145-146.

En Londres se desarrollan programas artísticos específicos desde hace más de 10 años; la ciudad representa el 40% del capital creativo de todo el Reino Unido, y las industrias culturales localizadas allí crecen al 6% o más cada año.

En Berlín el papel jugado por las instituciones públicas es más relevante, si bien existen casi 19.000 empresas culturales en el área, de las que 4.680 se dedican a las artes. El número de artistas independientes es el mayor de Europa en términos relativos, y ha crecido en un 40% en los últimos cinco años⁶³.

Estos datos deben tenerse en cuenta si se desea convertir a Madrid en un centro de referencia cultural y artístico, y se pretende atraer a nuestra región a artistas de primera fila procedentes de otros lugares.

La circulación de obras clásicas, de artistas hoy consolidados e indiscutibles, sólo es posible a partir de unos factores históricos que hicieron posible (e incluso facilitaron) la vitalidad de la expresión artística en esas épocas, y el dinamismo de la vida cultural como caldo de cultivo de creaciones artísticas innovadoras y alternativas.

Debe tenerse esto en cuenta al analizar los beneficios que hoy día supone para Madrid el hecho de contar con un pasado activo y relevante en la creación artística. Este pasado es hoy fuente de generación de recursos económicos, a menudo en forma de capital intangible, de prestigio y cierto reconocimiento internacional. Si queremos que en un futuro Madrid sea una capital de referencia en las artes visuales no podemos esperar que esto ocurra por la acumulación de adquisiciones de obra de artistas foráneos, no sólo por el elevado coste que ello supondría, sino porque una propuesta tal sería falsa y deshonesta, una impostura, al ocultar una falta de impulso propio en la generación de creaciones artísticas autóctonas.

En Madrid somos poco proclives a reconocer el trabajo que realizan nuestros artistas visuales. La solución de futuro no parece que sea potenciar el sector a través de grandes eventos, fuertemente publicitados en los medios de comunicación, cuyo protagonismo recae en las instituciones públicas y en los (pocos) grandes clientes privados. Unos eventos (o unas infraestructuras) que aspiran a convertirse en iconos, en referencias únicas al servicio de la política cultural entendida en buena medida como fomento del espectáculo.

Los grandes centros de arte (en Madrid y en otras ciudades de España) son marcas y, como tales, operan en un marco de negocio dirigido al gran público con la mediación de la industria del ocio. El gran problema surge cuando los grandes eventos, los museos más nuevos, los centros más publicitados, se llevan la mayor parte de los presupuestos para el arte contemporáneo, dejando sólo las migajas para los artistas en ejercicio, cuya dedicación entusiasta a la profesión está en la base de todo el proceso.

Por el contrario, el tiempo, el esfuerzo y el dinero que se inviertan en trabajar desde abajo, con el objetivo de incrementar el número de artistas y mejorar sus condiciones de vida, de facilitar su trabajo, estimular la aparición de nuevas tendencias y formatos, así como el intercambio cultural, de abrir nuevos espacios dedicados a los artistas visuales y a otros profesionales de la cultura, redundará en un crecimiento más dinámico del sector creativo.

Finalmente, debe tenerse en cuenta que en la Comunidad de Madrid está en vigor un Reglamento General de Contratación Pública, aprobado por Decreto 49/2003, de 3 de abril, que es aplicable, según su artículo 1.2, a la Administración de la Comunidad, a sus Organismos Autónomos, a sus Entidades

⁶³ *La Economía de la Cultura en Europa*, cit., 169 y ss.

de Derecho Público y demás Entes Públicos de la Comunidad. Esta norma regula con detalle el procedimiento de contratación entre la Comunidad de Madrid y terceras personas, físicas o jurídicas, en cualquier materia.

Nada impide la aprobación, dentro de este marco normativo, de unas reglas básicas sobre contratación de artistas por parte de las instituciones públicas, en todo tipo de eventos; unas reglas básicas que garanticen unas condiciones mínimas de trabajo y una remuneración digna por el trabajo de los artistas.

Principales conclusiones

1_ Encuesta anexa

[Muestra de resultados de las condiciones en las que los artistas visuales formalizaron sus relaciones con las instituciones]

De los ciento sesenta y siete artistas que han realizado esta encuesta solamente treinta y cinco de ellos manifestaron haber firmado contrato escrito con alguna institución, entidad o galería de arte, rellenando, a petición nuestra, un cuestionario anexo cuyos datos desglosamos en las siguientes líneas.

Condiciones de los Contratos:

- 1º_En los contratos no suele especificarse la cantidad que recibirán los artistas por la muestra o exposición de sus obras, en caso de que dicha cantidad exista; sólo se hace en menos del 23% de las ocasiones (cuestión 1).
- 2º_ Si esta cantidad queda reflejada en el contrato, raramente es una cantidad fija sino que, en la mayoría de los casos, se pacta con el artista (cuestión 2).
- 3º_ No se suele especificar cuál será la remuneración por la reproducción de sus obras; sólo se hace en el 17,14% de los casos (cuestión 3).
- 4ª_ En casi la mitad de los casos no se especifica en el contrato si recibe remuneración por otros conceptos que no sean la exposición de sus obras, tales como: montaje-desmontaje, conferencias, asistencia a la inauguración, etc. (cuestión 4).
- 5º_ En más del 45,71% de los supuestos no se delimita el plazo en el que se han de recibir las remuneraciones que se hayan pactado, en su caso (cuestión 5).
- 6º_ No se especifica el gasto de producción de la obra ni quién asume este gasto en un 45,71% de los contratos referidos (cuestión 6).
- 7º_ Sí es frecuente (en el 60% del total) especificar las obras que formarán parte de la exposición, y su descripción (formato, año de producción, soporte, valor estimado de la obra, etc.) (cuestión 7).
- 8º_ Es frecuente (no sistemático) pedir autorización al autor para la reproducción posterior de su obra en promociones y catálogo; pero, en la mayoría de los casos (más del 57%), no se especifica dónde se van a distribuir estas promociones, ni de qué forma (cuestiones 9-10).
- 9º_ En la mayoría de los casos no se delimita el plazo que tiene la institución para reproducir las obras, ni tampoco es habitual fijar un plazo límite para la devolución material de las obras (cuestiones 11-13).

- 10º_En la mayoría de los casos el artista no está bien cubierto en relación a las condiciones en las que se debe desarrollar la exposición; y no suele pactarse de antemano qué pasaría en caso de robo, pérdida o deterioro de la obra, sólo dándose esto en un 40% de los supuestos (cuestión 24).
- 11º_Sí se especifican el lugar o lugares en los que tendrá lugar la exposición, si ésta será individual o colectiva, y cómo cada obra debe ir acompañada de su ficha técnica y mención de autoría (cuestiones 14-17).
- 12º_Sí se suele garantizar al artista que no se utilizarán sus obras para otros fines que no sean los previstos (cuestión 20).
- 13º_No siempre se pacta claramente que sólo el artista es dueño de las obras que se exponen; se hace así en un 48,57% de los casos (cuestión 21).
- 14º_En más de la mitad de los casos no se especifica que la institución se hace responsable de la guarda y conservación de la obra artística, desde su salida del estudio del artista hasta su devolución (cuestión 22).
- 15º_Sí se acostumbra a especificar a cargo de quién se imputan los gastos de transporte y embalaje de la obra; es menos frecuente precisar quiénes serán los instaladores de la exposición (cuestiones 25-26).
- 16º_Suele hacerse referencia a la donación (a título gratuito) de una obra del artista que realiza la exposición a favor de la institución, casi en un 50% de los casos, siendo menos frecuente el compromiso de ésta de comprar una de las obras (cuestiones 27-28).

2_Informe resultados pregunta libre

¿Cuáles son las dificultades con las que se encuentra el artista visual para desarrollar su trabajo en la Comunidad de Madrid?, respuestas con texto libre (pueden solaparse las respuestas):

- 1º_Escasez de espacios de titularidad pública disponibles para utilizarlos como estudio, bien sea de manera temporal o fija.
- 2º_Falta de transparencia en los concursos y en la adjudicación de intervenciones y proyectos en espacios públicos.
- 3º_Falta de promoción del arte contemporáneo.
- 4º_Dificultades para alquilar estudios, teniendo en cuenta el elevado precio de los locales.
- 5º_Falta de Centros de Recursos Artísticos y de Formación.
- 6º_Falta de consideración profesional hacia los artistas, tratados en sus relaciones profesionales como aficionados.
- 7º_Carencia de ayudas para el desarrollo de la actividad artística profesional.

- 8º_Escasa oferta de salas y espacios expositivos en la Comunidad de Madrid.
- 9º_Falta de apoyo por parte de la Comunidad de Madrid a los artistas que desarrollan su labor profesional dentro de la misma (sin ayudas o proyectos específicos para artistas madrileños).
- 10º_Falta de ayudas a la creación.
- 11º_Falta de un mercado real de obras de arte contemporáneo.
- 12º_Falta de cobertura social; un tipo de I.V.A. abusivo sobre el producto del trabajo artístico; economía sumergida en el circuito galerístico, ilegalidad y falta de transparencia.
- 13º_Falta de un marco institucional y privado que procure la investigación, y que facilite el diálogo entre las partes implicadas en la promoción del artista.
- 14º_Se echa en falta la creación de un verdadero Museo de Arte Contemporáneo de la Comunidad Autónoma de Madrid.
- 15º_Utilización y potenciación al máximo de la red de salas de exposiciones de los Centros Culturales de Madrid.
- 16º_El pluriempleo, la dispersión, la ocupación en tareas ajenas a la creación artística.
- 17º_Injusta distribución de los presupuestos para exposiciones. Todo se dedica al montaje, el comisariado o la gestión, pero no al artista.
- 18º_Obras devueltas en mal estado, cuya restauración tenemos que asumir los artistas.
- 19º_Propaganda en los *mass media* acerca del arte como objeto de lujo y especulación, extremadamente caro e inalcanzable (subastas con precios récord), que aleja al cliente potencial.
- 20º_El arte es usado para miles de cosas: turismo, marketing político, inauguraciones de centros de exposiciones, etc., pero no se respeta a los artistas ni a su obra (se les pide obra, transporte, fotos, tiempo, visitas a los estudios; todo financiado por los propios artistas).
- 21º_Falta de acuerdos con empresas privadas para que financien la creación a cambio de beneficios fiscales.
- 22º_Problemas de promoción y de exhibición de la obra.

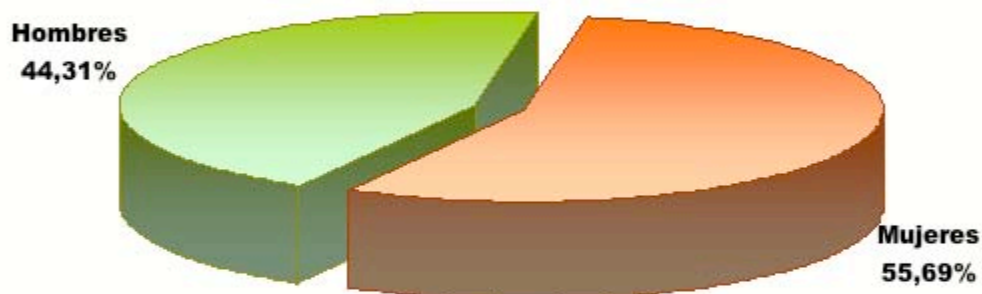
La Situación de los Artistas Visuales en la Comunidad de Madrid [respecto a su remuneración]

Desarrollo de las conclusiones por áreas de estudio:

1_Aspectos sociodemográficos

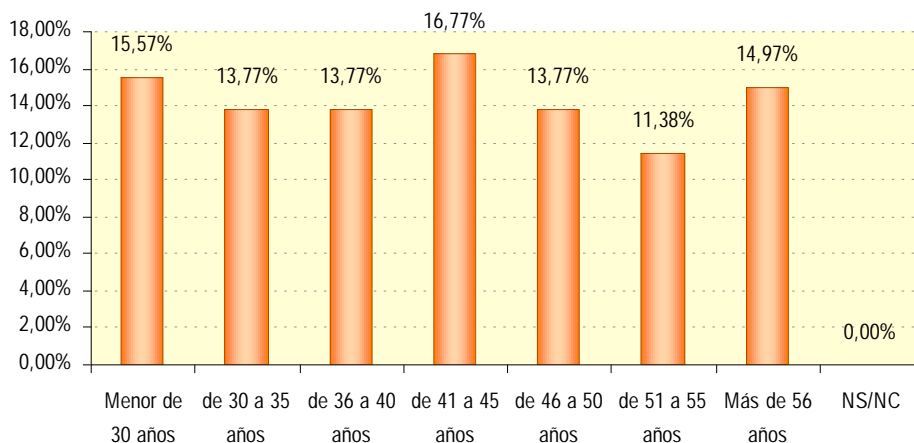
1.1_Sexo

En cuanto a la clasificación por género, son más numerosas las mujeres que ejercen la profesión de artista visual en la Comunidad de Madrid (55,69%), en relación a la proporción de hombres que desarrollan igual labor circunscrita a la misma Comunidad (44,31%); siendo la diferencia entre hombres y mujeres de un 11,38% a favor de ellas.



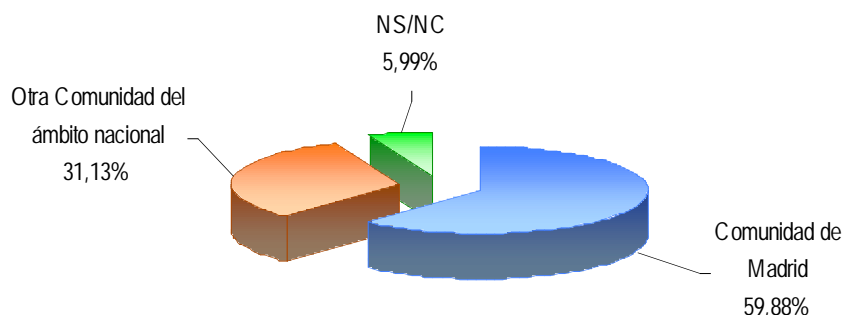
1.2_Edad

Hay artistas visuales de todas las edades; está igualmente representada la franja de edad que abarca desde los menores de 30 años hasta los mayores de 56. En medio se sitúa el tramo de edad, entre 41 y 45 años, más representado. Si tenemos en cuenta que la población va en aumento y el número de artistas visuales se mantiene, parece que, proporcionalmente, hay menos artistas visuales por población en la actualidad que en generaciones anteriores, siendo en los años 50 en punto más alto de proporción inversa.



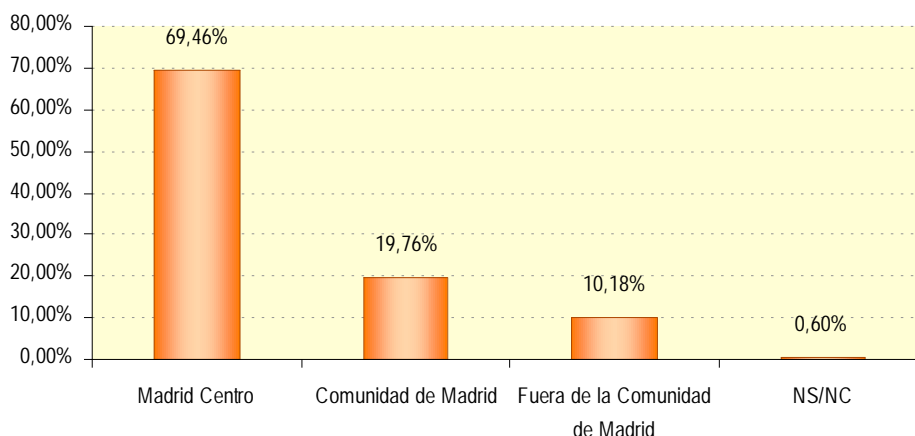
1.3_Lugar de origen

Su lugar de origen es en un 59,88% la Comunidad de Madrid, de otras Comunidades el 31,13%, y el 5,99% extranjeros. La Comunidad de Madrid, como lugar de trabajo para artistas foráneos, sigue siendo, por tanto, el preferido por la mayoría; es en esta Comunidad donde se acumulan, además, la mayoría de ofertas de trabajo en galerías de arte, asociaciones, espacios independientes, existiendo un acceso más directo a críticos, coleccionistas, etc.



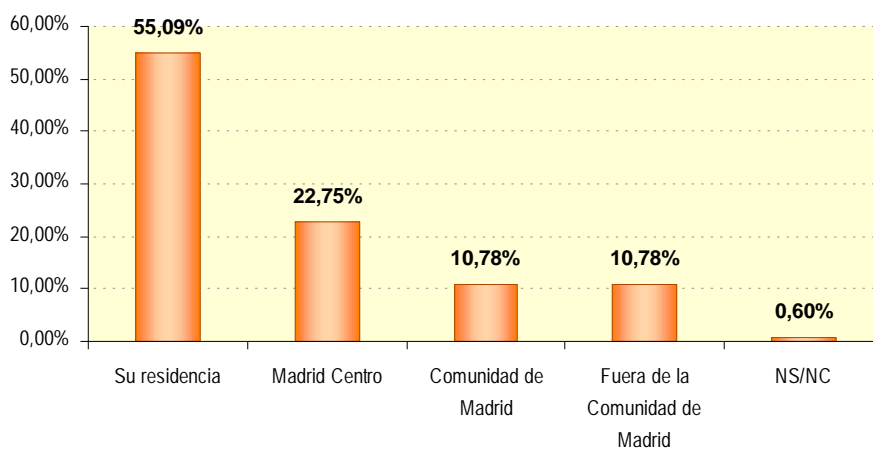
1.4_Lugar de residencia

El lugar de residencia de los artistas se concentra, en un alto porcentaje, en Madrid Centro (69,46%); lo cual es normal si tenemos en cuenta que es el lugar donde se encuentran la gran mayoría de museos y salas expositivas. Hay un 19,76% que vive fuera de la capital, pero dentro de la Comunidad de Madrid, y un 10,18% que lo hace fuera de la Comunidad.



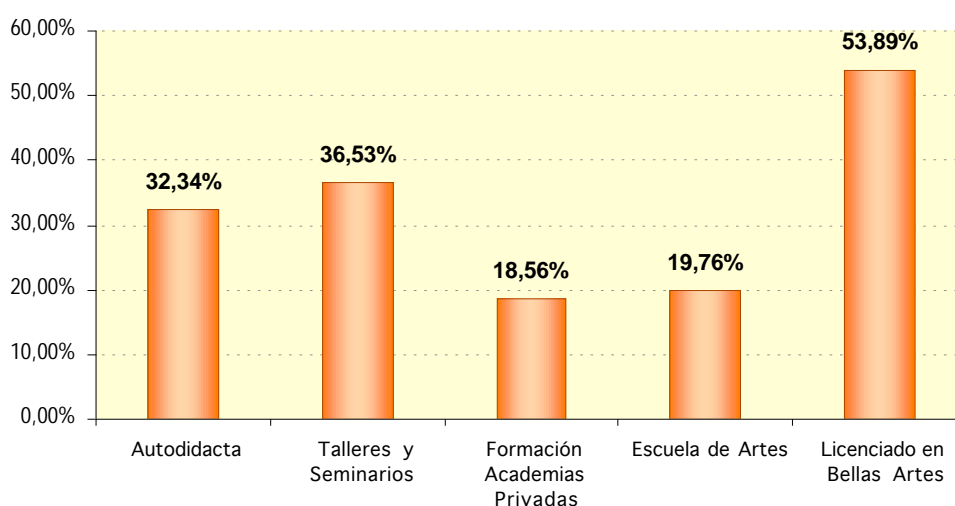
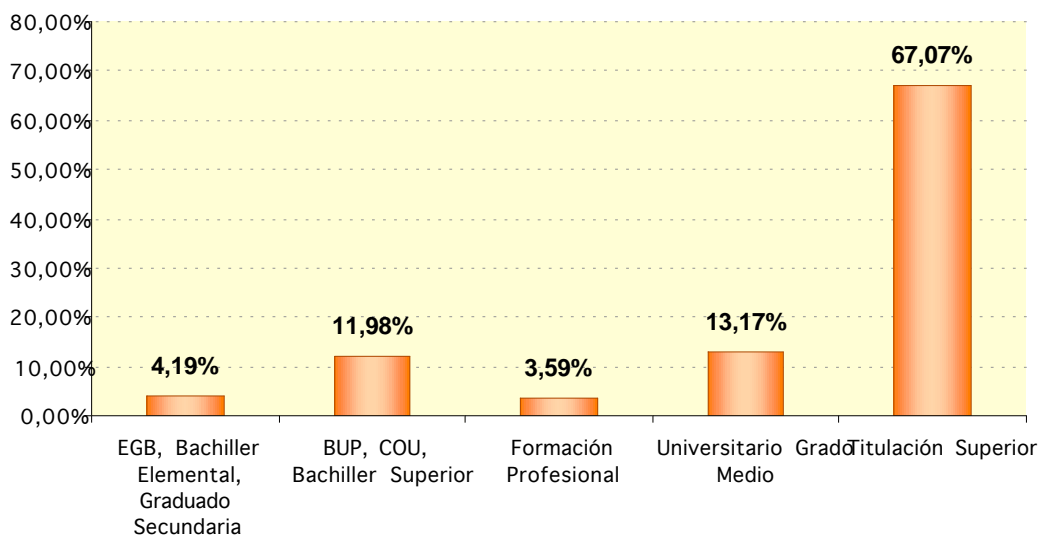
1.5_Lugar donde se encuentra el estudio

El estudio de estos artistas se localiza, en un porcentaje elevado de los casos encuestados, en su propia residencia (55,09%). De quien lo tiene fuera de su residencia, en Madrid Centro el 22,75%, dentro de la Comunidad el 10,78%, y en igual proporción (10,78%) los que lo tienen fuera de la Comunidad. Esta cuestión es una de las grandes carencias que se observa en la situación de los artistas visuales en la Comunidad de Madrid, sólo un 22,75% puede tener su estudio en Madrid Centro y fuera de su residencia.



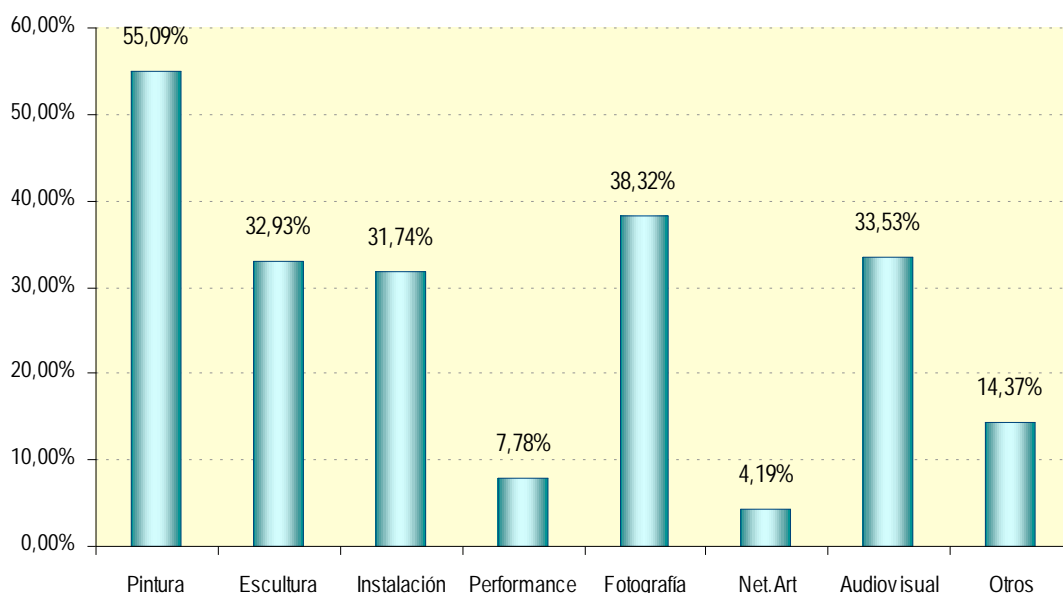
1.6_Nivel de estudios artísticos

Un 53,89% de los artistas encuestados son licenciados en Bellas Artes, lo que indica su alta cualificación para el desarrollo de su profesión o actividad. Hay un 32,34% que se declara autodidacta, lo que supone un porcentaje bastante alto en comparación con otras profesiones. Aportan datos, también, quienes se han formado en Talleres y Seminarios (36,53%) o en Escuelas de Arte (19,76%). En menor porcentaje los estudios fueron realizados en Academias privadas (18,56%).



2_Especialidad artística

De las especialidades artísticas reflejadas en este estudio, los resultados nos muestran la gran cantidad de artistas visuales que continúan dedicándose a la pintura (más de un 55%), seguida de la fotografía (38,32%) y el arte audiovisual (33,53%); mientras que en la escultura se centra el 32,93% de los encuestados, en la instalación se especializa un 31,74%, a la que le siguen otras disciplinas como el dibujo, la poesía visual, el arte público, el copy-art o el grabado, con un 14,37% respectivamente. En porcentajes más pequeños tenemos el net-art o la 'performance'.

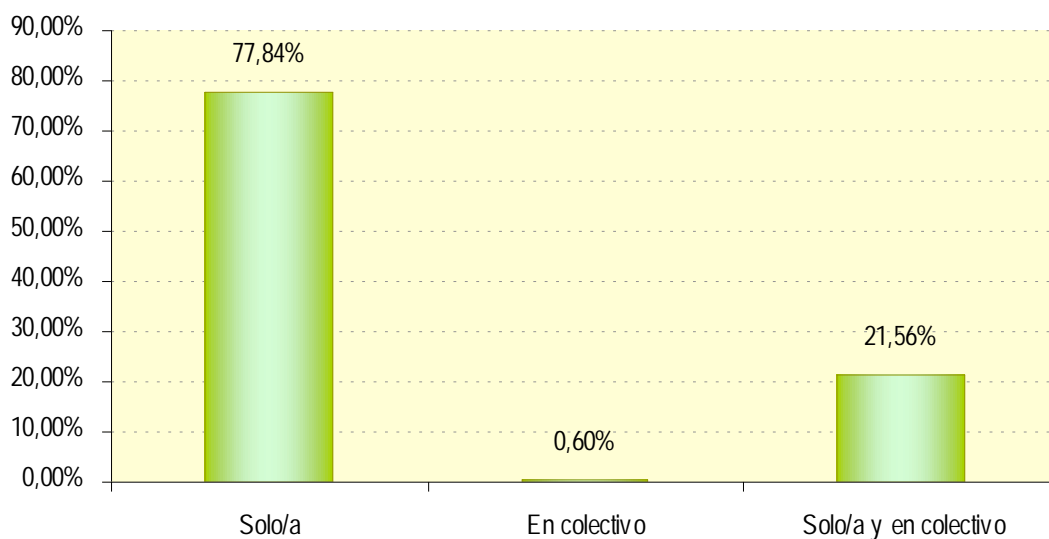


3_Condiciones en las que desarrolla su actividad

3.1_Solo o en colectivo

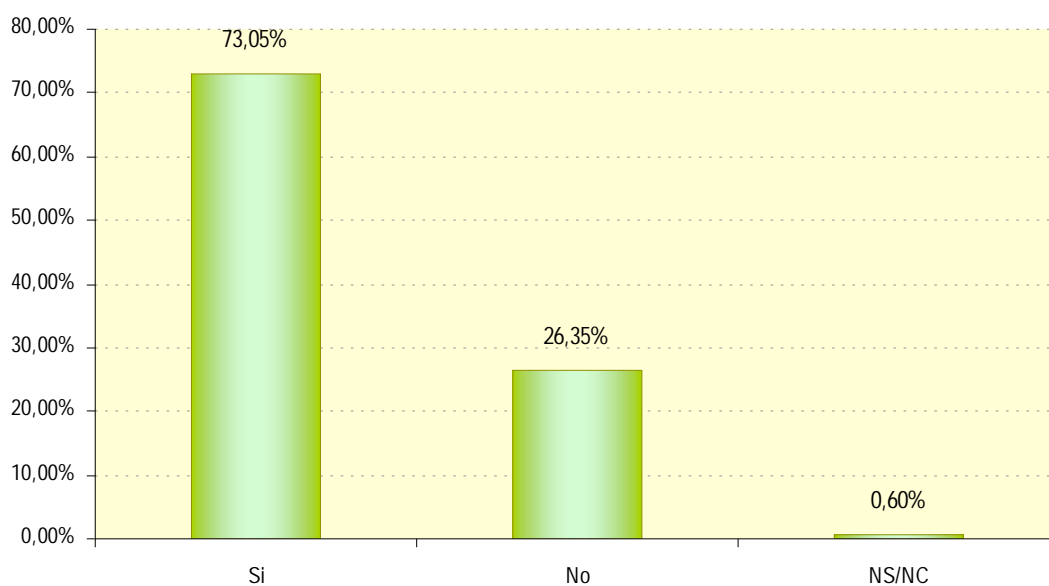
Según los datos obtenidos de la encuesta, la actividad artística se desarrolla, casi en su totalidad, de manera individual. Los resultados nos muestran que es una profesión en la que el trabajo suele desarrollarse en solitario, donde la introspección es importante a la hora de profundizar y concentrarse en la producción del *objeto* artístico. Así, entendemos la necesidad de tener un estudio propio, un espacio personal donde el artista pueda desarrollar su actividad. Es muy escasa la actividad centrada en equipos o colectivos.

Hay un 77,84% de encuestados que manifiesta trabajar solo, un 0,60% que lo hace en colectivo, y un 21,56% que conjuga ambas.



3.2_Si compatibiliza su profesión artística con otras

En las respuestas obtenidas, la gran mayoría de los artistas visuales necesita compatibilizar su profesión con otras actividades profesionales, fuera del ámbito de la producción artística, para poder ganar dinero y sobrevivir. Esta gran mayoría supone más de un 73% del total de encuestados, frente a un 26,35% que manifiesta no tener que hacerlo.



3.3_Ocupaciones complementarias

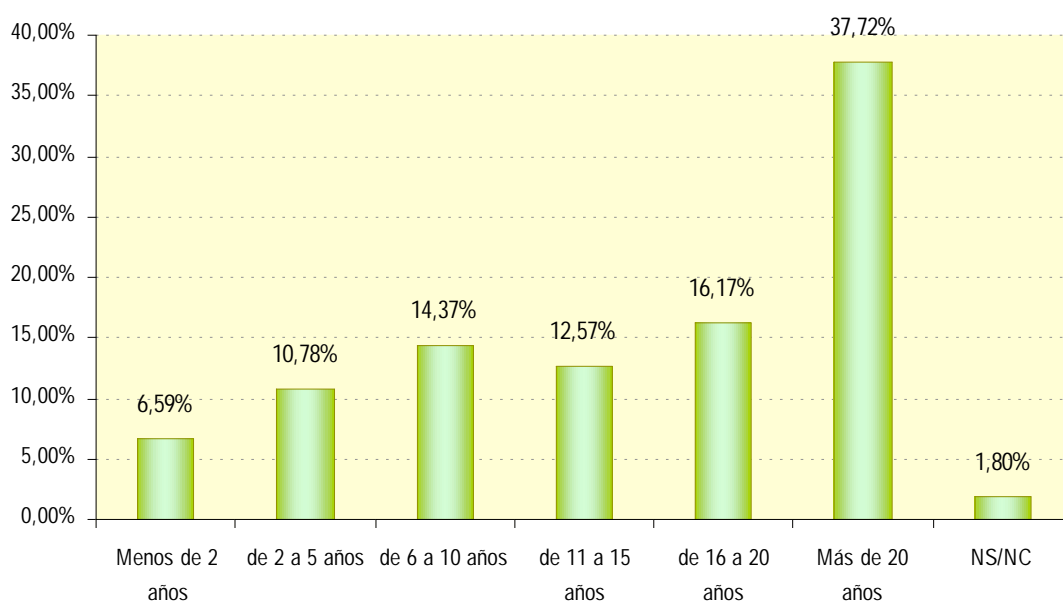
Las actividades con las que el artista compatibiliza la profesión artística se distribuyen en varios campos: en primer lugar la enseñanza, seguida de la empresa privada, la gestión cultural, otras artes y la función pública. Estos datos son de vital importancia para el tema de estudio, pues acreditan que los artistas visuales se ven obligados a trabajar en otras profesiones, a menudo ajenas al arte, restándoles tiempo en su actividad creativa.

3.4_Dedicación

La dedicación necesaria para desarrollar, en un supuesto ideal, esta actividad es exclusiva para el 76,65% de los encuestados. Hay un 20,36% que no necesita este grado de atención para desarrollarla.

3.5_ Años que llevan ejerciendo la profesión artística

El tanto por ciento más elevado lo integran quienes llevan ejerciendo esta profesión más de 20 años (37,72%); seguidos de aquellos que la desarrollan de 16 a 20 años atrás (16,17%), de 6 a 10 años atrás el 14,37%, y de 11 y 15 años atrás el 12,57%. Entre 2 y 5 años suponen el 10,78% y menos de 2 años son el 6,59%. Puede hablarse de continuidad y persistencia en la actividad de los artistas visuales.



3.6_ Ingresos percibidos por el desarrollo de su actividad artística

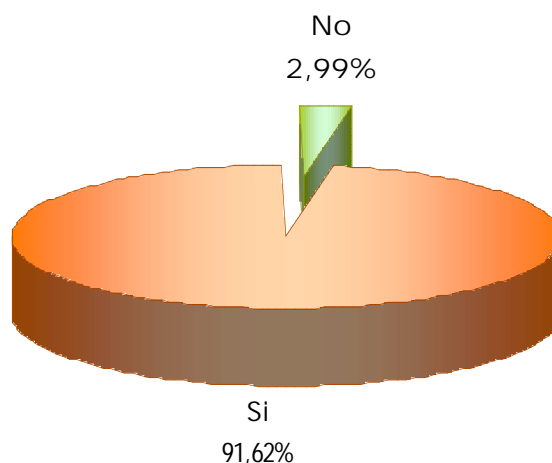
Los ingresos percibidos por el desarrollo de su actividad artística suponen menos del 20% de los ingresos totales para el 50,3% de los encuestados, y más del 80% únicamente para el 19,76% de los artistas.

3.7_ Ingresos percibidos por el desarrollo de otras actividades

Sin embargo, estos datos se invierten para mostrarnos que, en el caso de los artistas que compatibilizan su profesión con otras ocupaciones, los ingresos más significativos los obtienen de esas otras ocupaciones.

3.8_Desembolso de capital

No es una profesión muy rentable, si tenemos en cuenta que para el 91,62% de los encuestados el desarrollo de su trabajo artístico le supone un desembolso efectivo de capital, y tan sólo para menos del 3% de ellos no es así.



4_Presencia pública

4.1_Han mostrado su trabajo al público

Los artistas visuales de la Comunidad responden que mostraron al público su trabajo en Madrid durante el periodo de los últimos cinco años en más de un 92%, lo que implica que la mayoría de los encuestados tiene presencia pública. Sólo un 7,78% no lo ha hecho todavía.

De los artistas que sí mostraron al público su obra, un 65,87% lo hizo en instituciones públicas, incluidas fundaciones, de la Comunidad de Madrid; y un 62,67% en instituciones privadas (no comerciales), incluidas fundaciones.

De esa gran mayoría que sí expuso su trabajo en la Comunidad en los últimos cinco años, hay más que lo hicieron en instituciones públicas que en instituciones privadas, aunque ambas cifras están muy igualadas.

Mostró su trabajo en galerías de arte un 64,67%, frente a un 34,73% que no ha expuesto su trabajo aún en empresa privada.

Sin embargo, en esta relación con las instituciones (ya sean públicas o privadas) hay datos muy significativos, pues tan sólo el 19,16% formalizó mediante contrato escrito la exposición de su trabajo con las instituciones públicas, un 15,57% con las instituciones privadas y un 13,77% con las galerías de arte. No es nada frecuente regular las condiciones de trabajo del artista, o de su actividad profesional, mediante un contrato formal.

5_Remuneración

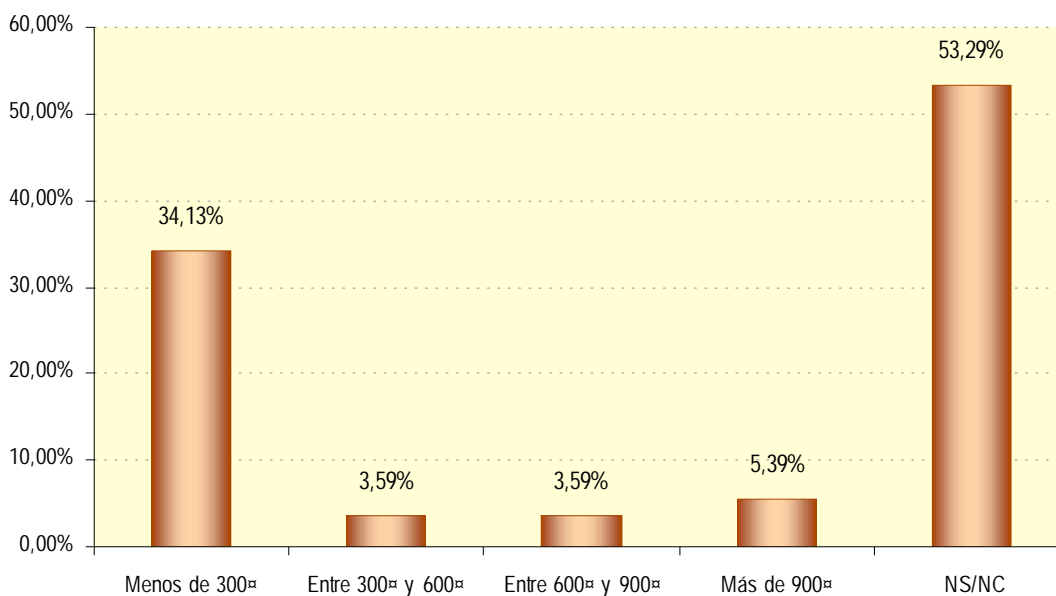
5.1_Cuánto supone la remuneración y de cuántas instituciones lo reciben

La encuesta recoge que, independientemente de la existencia de contrato firmado por el artista, sólo el 20,96% percibió remuneración directa de la sala expositiva por mostrar al público su trabajo (excluida la venta).

Esta remuneración fue menor de 300€ en más del 34% de los casos; entre 300€ y 600€ en el 3,59% y entre 600€ y 900€ para, también, el 3,59% de los artistas. Hay un 5,39% que afirma haber recibido más de 900€ por este concepto. Más del 53% no recibió remuneración alguna por la exposición de sus obras.

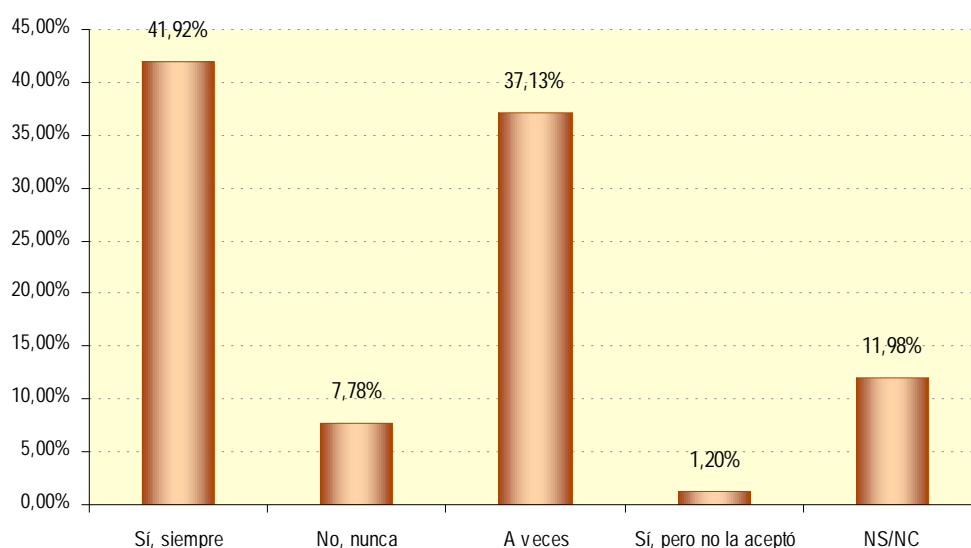
De los artistas que sí fueron retribuidos por las instituciones públicas al exponer su trabajo, el 26,35% afirma que solamente lo recibió de una institución pública, es decir, que del resto con las que trabajó no recibió nada por este concepto. El 2,4% de los artistas recibió remuneración en su relación con dos instituciones públicas, y sólo un 1,2% dice haber obtenido remuneración de tres o más instituciones públicas.

Hay un 68,86% de artistas visuales que no recibieron remuneración por mostrar al público su trabajo en instituciones públicas o privadas.



5.2_‘Capital simbólico’

Gran cantidad de artistas profesionales afirman recibir como único pago por exponer en instituciones el llamado ‘capital simbólico’, consistente en compensar al artista a través de lo que supondrá para él trabajar con esa institución (‘beneficios’ en términos de visibilidad, catálogo, prestigio curricular, afluencia de público, difusión por mailing, difusión en los *media*, etc.). Casi el 42% dice recibir este capital como única forma de pago en su relación con las instituciones, el 37,13% haberlo recibido a veces, y el 7,78% afirma no haberlo recibido nunca.



6_Mediadores o intermediarios

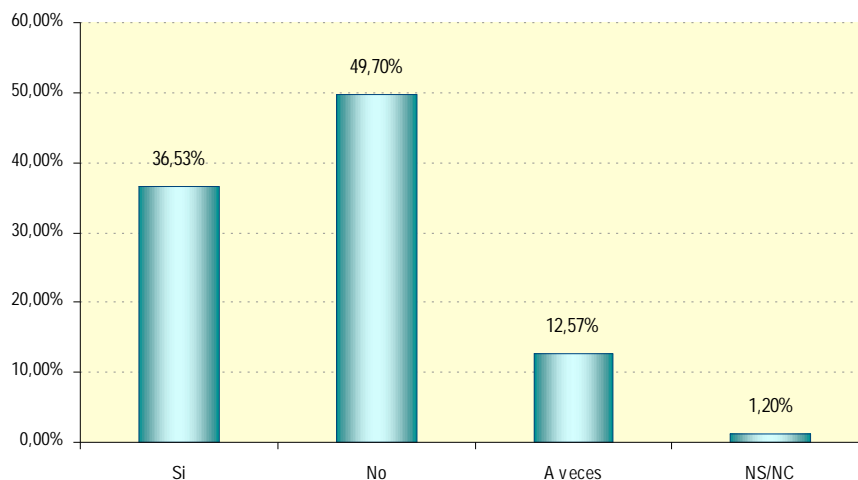
6.1_Condiciones en las que se trabaja con los mediadores o intermediarios

Los mediadores o intermediarios son una figura muy importante entre el artista y el exterior, ya que es a través de éstos como se materializan las relaciones, tanto eventuales como permanentes, de los artistas con las instituciones o empresas privadas dentro del mundo profesional.

Un 36,53% cuenta con algún tipo de intermediario para comercializar su obra artística, casi un 50% no tiene este servicio, y un 12,57% lo tiene a veces.

El 55,42% afirma no haber firmado ningún tipo de acuerdo o contrato que regule su relación con los mediadores de su obra frente a un 11,45% que sí lo hizo.

Los intermediarios se llevan en el 35,33% de los casos entre el 41% y 50% del valor de la obra en la venta de ésta; más de un 7% obtiene por encima del 50% del valor de la obra; y menos de un 15% percibe por debajo del 40% del valor como comisión.

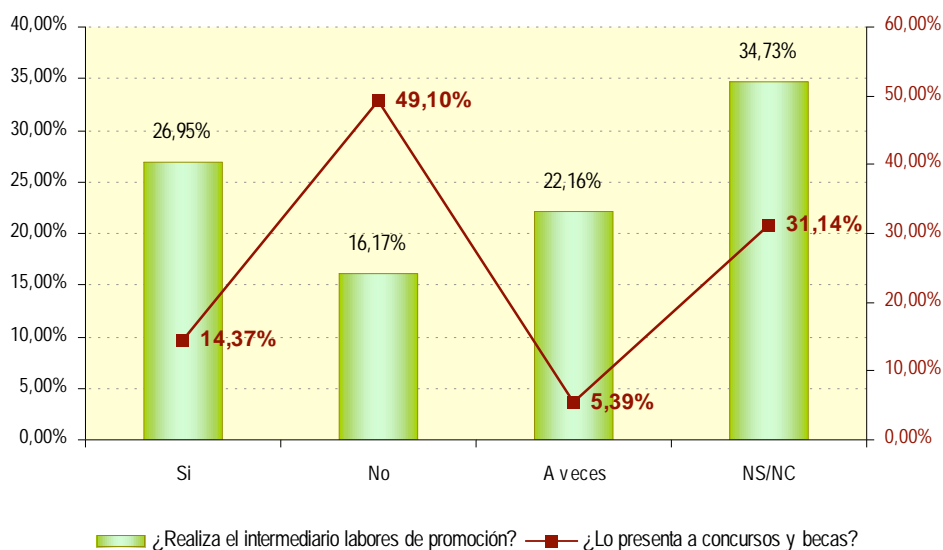


Los mediadores o intermediarios realizan alguna labor de promoción de la obra del artista al que representan en un 26,95%, esta promoción la hacen únicamente a veces en un 22,16% de los casos, y no la hacen con el 16,17% de los artistas con los que trabajan.

Presentan a sus artistas a concursos y becas en un 14,37%, pero casi un 50% de encuestados afirma no ser presentado. Si resultan premiados hay un 14,97% que admite que los intermediarios de su obra le retienen algún porcentaje por hacerlo. Es práctica habitual que el intermediario retenga al artista un porcentaje por haberle presentado a premios o becas.

Los intermediarios son igualmente importantes a la hora de exponer al público el resultado del trabajo artístico; el 37,72% necesitó un mediador para poder hacerlo, y el 47,31% a veces. Sólo un 13,17% nunca precisó de este servicio.

Generalmente este tipo de mediador es un galerista en el 55,01% de los casos, un comisario para 44,91% de los artistas, seguidos, en proporciones más pequeñas, de un gestor cultural, otro artista, crítico o coleccionista.



7_Ingresos anuales percibidos de entidades de gestión de propiedad intelectual

En cuanto al porcentaje que representa en sus ingresos anuales la cantidad que perciben los artistas de las Entidades de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual hay un 62,67% que no cobra nada por este concepto, y para otro 20,96% de los encuestados esta cantidad supone menos del 5% de la totalidad de sus ingresos, lo que son cifras muy significativas. Para un 5,39% supone entre el 5% y el 20% de sus ingresos.

8_Ingresos por otros conceptos

8.1_Catálogo

En el caso de mostrar al público su trabajo, hay un 29,94% que afirma que se le editó un catálogo reproduciendo su obra como complemento de la exposición. La edición de estos catálogos, si bien es cierto que es un complemento muy útil e importante para la promoción y prestigio del autor, también lo es el que requiere una atención especial por parte de éste, ya que es el documento que permanece una vez finalizada la exposición. Hemos de decir que es igualmente importante para el prestigio de la institución que lo edita, que, además, lo rentabiliza difundiendo su imagen y en ocasión comercializándolo.

En muchos casos es casi imprescindible la colaboración del autor en su elaboración. El 32,34% de los encuestados afirma participar en su realización, y hay un 34,13% que a veces también participa a la hora de maquetarla.

Sin embargo, nos encontramos con que a la hora de percibir alguna remuneración por este concepto, el 80,84% de los artistas no recibe nada por hacerlo.

9_Montaje de la exposición

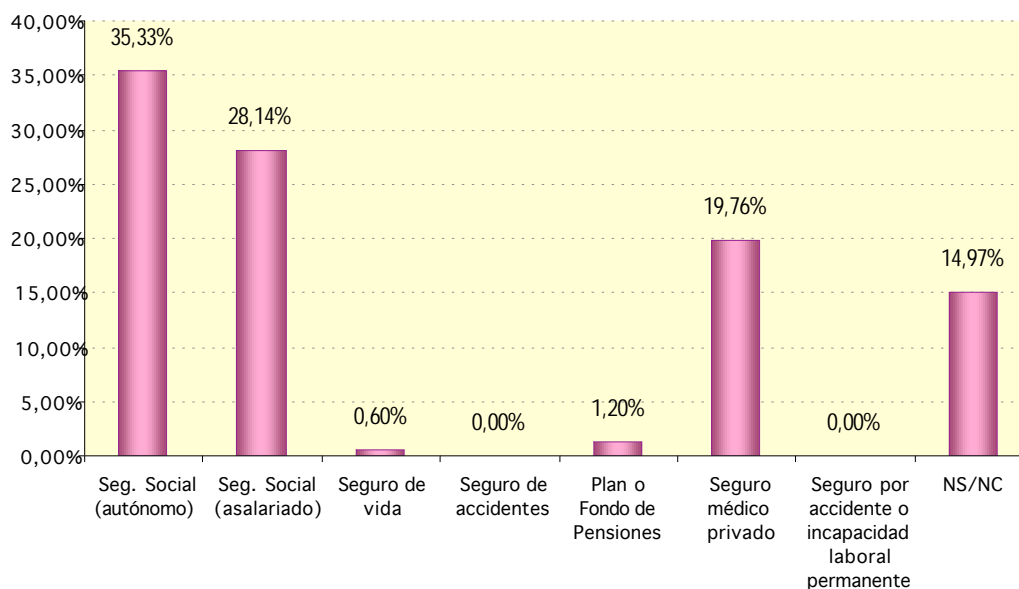
Una vez que ya está acordada la exposición de determinado artista en las salas de una institución, a la par que la elaboración del catálogo está el trabajo de montaje de la misma, y suele ser habitual que la sala ponga a su disposición técnicos para realizarlo. De los artistas encuestados un 35,33% afirma que siempre precisó este servicio, frente a un 2,99% que nunca lo necesitó; necesitaron técnicos de montaje muchas veces un 13,77% y raras veces un 24,55%.

Además del tiempo invertido en la creación de sus obras, el artista emplea tiempo para montar su exposición; por ninguno de estos conceptos recibe habitualmente una remuneración de la institución que muestra su trabajo al público.

10_Cobertura social de la actividad

La mayoría de los artistas visuales tiene dificultades en conseguir una relación regular con la Seguridad Social. La situación es la siguiente: cotizan en el Régimen de Seguridad Social de Autónomos en torno a un 35% del total de los encuestados, como asalariados en torno a un 28%, y tienen seguro médico con una entidad privada un 19,76%. Más de un tercio del total de encuestados carecen de cobertura a través de la Seguridad Social. Tan sólo un 4,79% del total trabaja como asalariado para una galería de arte u otra empresa privada.

La gran mayoría de los artistas visuales no pueden conseguir una cobertura social y asistencial a partir de su actividad artística, ya que sus ingresos no son suficientes, y mucho menos estables y regulares. Quienes adquieren esta cobertura lo tienen que hacer, a menudo, como trabajadores por cuenta ajena en el marco de una segunda actividad distinta de la creación.



11_Reconocimiento social de la actividad y posibilidad de desarrollarla en la Comunidad de Madrid

11.1_Reconocimiento social

En general, la percepción de los artistas es que no están bien considerados socialmente, ya sea por desconocimiento de su profesión por parte de la sociedad, o porque la misma profesión artística no es catalogada como productiva, que suele ser la valoración más importante.

El 64,07% opina que su profesión no está bien considerada en el entorno social, frente a un 28,14% que afirma lo contrario.

11.2_Posibilidad de desarrollarla en la Comunidad de Madrid

La mayoría de los artistas consideran problemático para su actividad el entorno de la Comunidad, ya que más del 73% opina que Madrid no ofrece facilidades para iniciar su profesión, ni tampoco oportunidades para desarrollar el trabajo artístico; esto lo piensa el 71,86% de los encuestados.

Hay también, desde su punto de vista, una enorme carencia de infraestructuras públicas para la producción artística; el 56,27% piensa que no son suficientes las que existen y, lo que es más grave, el 27,54% del total no tiene ni siquiera noticias de su existencia.

Para terminar, se aprecia también una falta de espacios artísticos autogestionados; el 38,32% no conoce su existencia, el 41,92% conoce espacios de esta naturaleza gestionados por los propios artistas, y un 17,37% afirma conocerlos gestionados por colectivos sociales.

AVAM - Artistas Visuales Asociados de Madrid

Junta Directiva

Presidente de Honor

Juan Genovés

Presidente

Ricardo Echevarría

Secretario

Domingo Huertes

Tesorera

Gabriela Grech

Vocales

Daniel Canogar

Marta Chirino Argenta

Jose Luis Delgado

Pablo España

Luis Fega

Pablo Genovés

Joaquín Ivars

Rossel Meseguer

Teresa Moro

Santiago Olmo

Mar Solís

Daniel Villegas

Staff

Dirección técnica

Julieta de Haro

Coordinación técnica

Cecilia Casares

Luz Santos Rodero

Isabel Yañez

Secretaria

Virginia Pérez

Edita

AVAM, Artistas Visuales Asociados de Madrid

Realización del estudio

Gravina abogados

Diseño de gráficos

M^a Concepción Vences

Diseño portada

Victoria Hernandez

Edición de textos y maquetación

Luz Santos Rodero

Impresión

Visión Cinco S.L.

Distribución

AVAM

Pelayo, 62

28004 Madrid

Tel. +34 913 91 32 93

e-mail: correo@avam.net

www.avam.net

Patrocina



© de la edición: AVAM

© de los textos: Sus autores

Deposito Legal: M-20648-2007