

## Industria cultural

Angela McRobbie

Me propongo aquí indagar de qué modo se han puesto en funcionamiento la cultura y la creatividad en estos últimos años no como modelo de ocio, ni de consumo, ni como exponente del gusto, ni como muestra de la identidad nacional, sino más bien como factores que facilitan el trabajo y la creación de empleo. Es evidente que desde hace muchos años se contrata a gente para que trabaje en los sectores del arte y la cultura, pero no lo es menos que desde mediados de los años noventa se ha producido un cambio radical. Estas áreas, que eran remansos apacibles en el campo de la ocupación laboral, han pasado a estar en el frente de la «nueva economía». Me centraré en las paradojas y las contradicciones a que esto ha dado lugar. Uno de los elementos de mi argumentación atañe a la ilegibilidad del trabajo en el sector creativo y cultural. Pero se trata de una ilegibilidad funcional. Lo que en el pasado se consideraban zonas de libertad relativa han pasado a ser actualmente todo lo contrario, campo abonado para la autodisciplina, aunque sin que se pierda del todo esa libertad; en efecto, la libertad se halla encorsetada, dotada de una función productiva, y el nuevo empleo «libre» depende sobre todo de la particularidad de ser completamente distinto del empleo «asalariado». De ahí la designación que le doy de «trabajo apasionado». El trabajo creativo parece actuar, tal como sucedía en el pasado, aunque fuera solo para unos cuantos escogidos, como válvula de escape del tedio y la monotonía del trabajo normal y corriente. Pero, irónicamente, la cultura ha sido arrebatada de las manos de aquellos para los que tuvo en su día una existencia compensatoria (la cultura como forma de vida) fuera del puesto laboral de cada uno, por ejemplo en el ocio, en la coral de un sindicato obrero, en el canto de aficionados en una taberna, en los círculos de costura, y ha pasado a ser un instrumento prioritario de autoayuda en relación con el autoempleo, la elección de una carrera profesional y las empresas a pequeña escala, en el caso de aquellas personas para las que lo vivían como algo completamente ajeno a la esfera del trabajo, para las que era una forma de ocio (la cultura como medio de ganarse la vida). Claro está que han existido trabajos diversos en el sector cultural, sobre todo en las artes, en la edición y en el periodismo, que han sido y son campos de actuación remunerada y típicamente vinculados con los licenciados en bellas artes,

humanidades y ciencias sociales. Las facultades de bellas artes han encarnado la tradición de una educación y una formación profesional financiada por el Estado con miras a industrializar el arte, el diseño y, más en general, con el objetivo de difundir la cultura dentro del Estado nacional. Pero ahora se da el caso de que este ámbito ocupacional expandido ha pasado a ser campo abonado para un tipo de trabajo diferente, para jóvenes de ambos sexos, de clase media y baja, con o sin titulación cualificada. Lo que destaco, pues, es lo que podríamos denominar la máquina de la cultura y el despliegue utilitario de la creatividad como forma de transformar aquello que llamamos trabajo. La promoción del trabajo creativo ha terminado por ser una estrategia de despolitización, una manera de suprimir toda connotación política de la esfera laboral, que se ha reemplazado por la gratificación de las propias aspiraciones y expectativas, y por la expresión de uno mismo. En primer lugar repasaré algunas de las investigaciones que he llevado a cabo desde mediados de los años noventa sobre el sector de la moda *indie*, y luego con jóvenes que trabajan en una amplia gama de organizaciones creativas a pequeña escala. Después haré una actualización de este trabajo basándome en algunas entrevistas más recientes; en la tercera sección propondré una serie de comentarios basados en los resultados de otras observaciones más actuales, y por último ampliaré mi argumentación para relacionarla con lo que nos preocupa en las universidades y en las facultades de bellas artes.

1

He apuntado que el apego apasionado por el trabajo se ha convertido en una forma contemporánea de autodisciplina. Me he centrado sobre todo en la moda, pero esa misma sensibilidad se percibe en el mundo de las artes en general, la cultura y los medios de comunicación. En el breve artículo de Donzelot, titulado «Pleasure in Work»,<sup>1</sup> para ver cómo se incentiva a experimentar el placer de la autorrealización en la vida de los profesionales que se dedican a la moda. Así se ejemplifica cómo actúa el biopoder como disciplina laboral

para las mujeres jóvenes que ahora acceden al mundo laboral con expectativas muy distintas de las que albergaban las mujeres de las generaciones anteriores. Efectivamente, se trata de una tecnología foucaultiana del yo, de cuyo sujeto se espera, si no se exige abiertamente, que encuentre placer en la vida laboral. Para las mujeres jóvenes que tienen su empleo en la nueva industria cultural, el valor de la emoción y la experiencia de la intensidad en el nuevo lugar de trabajo, creativo y posfordista, sumadas a la existencia de jerarquías ocultas en entornos laborales aparentemente horizontales, la inaccesibilidad a los derechos tradicionales, y al efecto colateral de la flexibilidad como «retradicionalización de género», producen una especie de opacidad en estratos múltiples, o bien una «ocupación laboral ilegible», que es también uno de los rasgos definitorios de este sector.

Son tres los temas clave que han surgido en los estudios que he llevado a cabo en estos últimos años sobre las microeconomías creativas. El primer rasgo destacable es que la actividad del diseño de moda, cuando se cultiva como especialización, es un trabajo con un porcentaje muy bajo de recuperación del capital invertido, con lo cual se invierte la descripción que hace Beck del «capital sin puestos de trabajo».<sup>2</sup> Por tanto, estas mujeres jóvenes trabajan en un contexto en el que los empleos carecen de capital. Al margen de algunos préstamos bancarios de escasa entidad no tuvieron en su día apenas ningún capital que invertir, exceptuando asimismo las subvenciones y ayudas puntuales que les pudiera otorgar el Prince's Trust. Al tratarse de microempresas, o de negocios de autónomos, la capacidad para fabricar por ejemplo prendas de vestir era limitada, lo cual era a su vez parte integral de sus prácticas laborales. De un modo característico, producían una colección de quince prendas distintas, y después se fabricaban a lo sumo veinte unidades de cada una de ellas. Con el paso del tiempo, este tipo de trabajo independiente devino inevitablemente insostenible, y se ha convertido en una estación de paso hacia actividades más diversas. En busca de una mayor seguridad, las mujeres jóvenes que se han dedicado al diseño de moda gravitaron hacia un hueco especializado dentro del sector público, sobre una base de trabajo a tiempo parcial o de encargos fraccionales, es decir, y en términos ideales, hacia la enseñanza, cuya gran ventaja consiste en que se tiene garantizada la renumeración y en que hasta pueden existir obligaciones legales por parte de quienes las contratan, como puede ser la cobertura de una baja por enfermedad u otras prestaciones similares. Esa fue, en su día, la opción más segura de todas las que iban incluidas en la cartera de opciones laborales. Los trabajos de este estilo no tardaron en ser difícilísimos de conseguir; asimismo, existía también una clara jerarquía: los mejores puestos

se hallaban en las facultades de bellas artes o en las universidades de mayor prestigio, mientras que los menos atractivos eran los cursos de educación avanzada en compra de prendas de moda al por menor o tal vez en marketing de objetos de moda. Este desplazamiento hacia el sector público coincidió sin embargo con la semiprivatización de muchas de las actividades en el mundo de las artes y la cultura. Para el momento en que las mujeres jóvenes decidieron pasar a ocupar cargos en la administración de la cultura o en la enseñanza, esta clase de puestos ya no estaban dotados de las prestaciones asistenciales ni los beneficios de la seguridad social que se acumulan con la antigüedad, y quedaron sujetos a una precariedad no muy distinta de la que había en el mundo de las aventuras empresariales a pequeña escala. No dejaba de ser una ironía. Hace treinta años, al licenciarse en una facultad de bellas artes con una especialización en moda y en diseño de productos textiles, muchas mujeres jóvenes habrían realizado un curso de posgrado en educación, que a su vez les habría permitido ocupar un puesto docente en la enseñanza secundaria, con todos los beneficios que se asocian a la docencia: vacaciones pagadas, salarios por tramos escalables, oportunidades de ascenso, y también la posibilidad de cultivar las propias aptitudes profesionales gracias a congresos y muestras sectoriales. A grandes rasgos, eso es lo que habría supuesto la dedicación al profesorado, que nunca ha tenido ni el estatus ni el glamour que tiene una auténtica diseñadora de moda. Hoy en día se constata que las mujeres jóvenes con cualificaciones similares siguen por este camino independiente y por cuenta propia durante muchos años, ganándose la vida a duras penas, pero sin pensar nunca en matricularse en un curso de adaptación al profesorado, puesto que la enseñanza no tiene el aura del éxito. No es infrecuente, sin embargo, que se encuentren, con treinta y muchos o cuarenta y pocos años, trabajando como profesoras en proyectos dedicados a jóvenes en paro, víctimas del fracaso escolar u obligados a acogerse a planes de creación de empleo. Estas mujeres ostentan el título de diseñadoras de moda, en vez de tener el de profesoras de moda y diseño textil, aun cuando se ganen la vida sobre todo con esta clase de actividad profesoral o tutorial.<sup>3</sup> La opacidad o la ilegibilidad invade estas vidas laborales, las cuales mantienen una relación semidis-tante con las instituciones con las que tienen un contrato temporal de enseñanza, y para no perder pujanza en el mercado necesitan la promoción constante de su propio trabajo. Aunque tengan poco tiempo para concentrarse en la actividad creativa, esta sigue siendo su sello distintivo y es la que les proporciona acceso a los posibles contratos. Por eso, la salvaguardan a toda costa aun cuando su existencia en realidad pueda ser prácticamente virtual o imaginaria.

El segundo tema, así pues, es la inviabilidad con la que, con el tiempo, se encuentra la especialidad en moda o el diseño puros y, a resultas de ello, la necesidad de armarse de una cartera bastante más amplia. De ahí el incremento de personas en el campo de la moda que se muestran capaces de desempeñar múltiples funciones. Esto se traduce tanto en echar una mano como dependiente de una tienda, desarrollar nuevos proyectos que surgen a partir de las necesidades del sector y que se conectan directamente con la economía del saber,<sup>4</sup> como en aprender los conocimientos que se precisan para ser estilista, pasando por dedicarse a trabajar en el «booking» de fotógrafos en una agencia, a compilar y editar directorios de moda, o a colaborar como ayudante de diseño freelance o de consultora de empresas conocidas o menos aventureras, tales como Esprit o Marco Polo. Las entrevistas que he ido realizando ponen de manifiesto que el ingenio y la importancia de los contactos y las redes que se necesitan para que estos encargos sigan llegando implican que a menudo se hayan pasado por alto la injusticia, las discriminaciones por motivo de género o de raza, e incluso las malas prácticas evidentes en el sector, y que se hayan atribuido a la experiencia. No pocas veces, la estrategia consistía en alejarse de todo ello, no sin antes haber invertido mucha energía y haber malgastado mucho enojo en contratiempos y en situaciones en las que no se recibía el pago ni siquiera muchos meses después de completar el trabajo, o cuando la organización había modificado sustancialmente los términos del contrato sin que se hubiera acabado todavía el encargo. El mundo de la moda, se sabe de sobra, actúa de esta forma desde hace mucho tiempo, de manera que existía cierto nivel de tolerancia hacia las malas prácticas. Las desigualdades de género se imponían a menudo de una manera por así decir posfeminista, por ejemplo cuando las mujeres que ocupaban puestos ejecutivos trataban a los hombres jóvenes con mayor respeto que a las mujeres en idéntica situación, dándoles más trabajo de freelance, o bien encargos más complicados y, por tanto, mejor pagados. En este paisaje de estrés cotidiano las cuestiones de género con frecuencia resultaban difíciles de precisar, por quedar solapadas en la todavía más indefensa situación del freelance. Los agravios propios del lugar de trabajo no se discutían abiertamente, y menos aún se sometían a un arbitraje con el que pudieran resolverse; lisa y llanamente significaban que había llegado la hora de marcharse, por lo común en medio de una polvareda de reclamaciones y acusaciones en un sentido y otro. Los sociólogos que han estudiado las pequeñas empresas que se basan en la contratación de trabajadores autónomos o temporales seguramente dirán que no hay nada nuevo en eso, y es probable que tengan razón. La novedad tiene más que ver con el sector en sí mismo, ya que el arte y el diseño,

la cultura y la creatividad adquieren las características de la crueldad (o la intensidad negativa) que son propias del mundo de la pequeña empresa.

El tercer rasgo se puede describir como un mecanismo de bypass que tiene un impacto considerable en las trayectorias profesionales y en las identidades de las personas que trabajan en este sector. Con esto me refiero al modo en que las características estructurales de este campo de la nueva industria cultural se basan cada vez más en mecanismos que permiten saltarse e ignorar las salvaguardias habituales contra las malas prácticas o las discriminaciones sin que surja ninguna censura. Tanto si de este modo se da pie a prácticas delictivas de perfil bajo como si no es así, esta posibilidad se normaliza en la vida laboral de los jóvenes. La idea misma de afrontar una cultura con dedicación intensiva, con largas jornadas de trabajo, se sustituye por la intensidad emocional, por una serie de adhesiones y compromisos profundos, de manera que se vive prácticamente en el trabajo, y se come –si no se duerme– con el director del proyecto. También se incentiva a los jóvenes empresarios de la cultura para que creen entornos laborales flexibles e informales; en estos contextos las leyes que rigen el marco laboral terminan por ser irrelevantes. Aun cuando en el transcurso del tiempo se aprueben nuevas medidas legislativas para proteger a los trabajadores a tiempo parcial o con contratos temporales, el trabajo de tipo informal y la socialización en redes implican que *de facto* se da por sentado que no puede haber recurso a la ley ni a un juzgado de lo social cuando las cosas se tuercen. Evitar ese mundo que Ulrich Beck llama «trabajo normal» significa que el nuevo capitalismo cultural puede salirse con la suya haga lo que haga, incluidas las malas prácticas, ya que el tipo de peligros que aparecían en los entornos industriales a la vieja usanza han originado problemas de otra índole, como son la enfermedad mental, el agotamiento físico y psíquico, el alcoholismo, los problemas de consumo de drogas, los fallos cardíacos y otras complicaciones de salud. También conduce a lo que Scott Lash y después Lisa Adkins han denominado «retradicalización de género» con una renovada dependencia de la familia, puesto que esta vuelve a ser una unidad de producción.<sup>5</sup> Lash ha comentado que, en el mundo de la modernización reflexiva, las mujeres eran «perdedoras de reflexividad». Entiendo que esto significa no solo que los antiguos patrones de la jerarquía de género reaparecen en forma de lo que es efectivamente un negocio o una empresa familiar, en la que el marido tiene una mayor actividad en la socialización en redes, por las noches o en las veladas que pasa en el pub, sino también que las relaciones de dependencia financiera adquieren una nueva significación, puesto que hay trabajos que sencillamente no

se pueden sostener sin el apoyo de un compañero. Si el trabajo de la nueva industria coincide con la pretensión del Estado de descargarse de responsabilidades promocionando el autoempleo en este sector, es casi inevitable que la responsabilidad recaiga sobre la familia. Desde siempre ha sido frecuente el caso de artistas o escritores que al empezar dependían de los ingresos seguros de su mujer para tener cubierto el pago de las facturas indispensables y de la casa. Sin embargo, cuando las mujeres jóvenes se embarcan en carreras profesionales precarias, en las que difícilmente logran asegurarse unos ingresos mínimos, el hecho de que el Estado recorte las prestaciones sociales y muchas otras formas de seguridad social, de modo que apenas existan las prestaciones por desempleo, introduce un factor regresivo para las mujeres jóvenes que no solo quieren «ser creativas», sino que también aspiran a ser económicamente independientes. Y esto se acentúa todavía más cuando muchos de los trabajos relacionados con la creatividad han dejado de proporcionar una seguridad en el empleo. Lo más probable es que con el tiempo terminen por ser menos creativas, porque prevalece el deseo o la necesidad de tener unos ingresos seguros. Teniendo en cuenta que para este contingente generacional de mujeres jóvenes se trata de una prioridad, es probable que la independencia artística y la libertad creativa salgan a la larga malparadas y que estas mujeres se decanten por alguna forma de empleo regularizado, sobre todo si se embarcan en la maternidad.<sup>6</sup> La dedicación a tareas varias, el trabajo en proyectos, la movilidad laboral, así como otras formas de autoempleo contribuyen a que esta clase de trabajo se convierta en una ocupación profesional ilegible. Las estadísticas no son de fiar, a pesar incluso de los recientes intentos de los gobiernos por «cartografiar» las nuevas industrias de la cultura, por la sencilla razón de que la cultura del trabajo creativo desafía la lógica de lo sistemático. La vida laboral se individualiza de manera exhaustiva; la identidad ocupacional pasa a estar sujeta a la lógica del *branding*, en contraste directo con el viejo mundo de la burocracia y la intercambiabilidad, de modo que la unicidad y lo irreplicable pasan a ser una característica dominante.

## 2

También nos encontramos con dificultades cuando pasamos al terreno de la experiencia y de los métodos de investigación en los que se basa la documentación de esta experiencia. No hay (y tampoco tendría por qué haber) transparencia de significado en las versiones narrativas que aportan estos sujetos, por la sencilla razón de que, como ha señalado

Lange, por lo general son sujetos altamente reflexivos para los que la posibilidad de expresarse en una entrevista, o en la forma de un blog vinculado con la investigación, o en un diario en forma de correo electrónico, resulta imposible de distinguir de las estrategias de autopromoción que necesitan para posicionarse en el mercado laboral de los freelance. La investigación universitaria tiene un lugar propio en el mapa cognitivo del empresario cultural a pequeña escala. Este aspecto del trabajo creativo, la interminable necesidad de autopromocionarse y de dar publicidad al trabajo en sí, dificulta que el investigador pueda desenmarañar los distintos niveles de la conversación necesarios en la socialización en redes y que con frecuencia se pueden equiparar a una entrevista bien planificada y más o menos estructurada. Nadie puede permitirse el lujo de aparentar que no es excepcional, que no es muy trabajador, que no tiene un auténtico talento. Bauman ha descrito cómo el fracaso se personaliza, y cómo la actitud de la autoinculpación y la obligación de realizar un esfuerzo aún mayor ocupan el espacio de las quejas y los agravios propios de los puestos de trabajo tradicionales. La verdad es que solo se puede conjeturar que este tipo de trabajo pasa factura en lo referente a la salud mental y al bienestar, y surge así la cuestión de cómo conservan las personas su visibilidad, de cómo, cuándo y por qué caen en el plano de la invisibilidad y el silencio.

A continuación propongo una selección de citas tomadas de tres personas entrevistadas. Una corresponde al trabajo de investigación que realicé primero sobre las diseñadoras de moda, y es la mera expresión de una identidad creativa. Son palabras de Pam Hogg, que en diversos sentidos fue un perfecto ejemplo de la primera ola de diseñadoras de éxito, visibles, procedentes del sustrato de las subculturas, a pequeña escala y con una clara vinculación con el arte. Me interesa su trayectoria porque, siendo una predecesora de Galliano y diez años más joven que Westwood, se ha negado a morder el atractivo anzuelo del mercado, sigue confeccionando prendas para músicos y otros personajes célebres, toca en un grupo de música y es conocida en el ambiente de los clubes de Londres. También debería añadir que conozco a Pam personalmente desde que era estudiante en la Glasgow School of Art. Su trayectoria responde por completo a su idiosincrasia, al arquetipo de la artista bohemia, irregular, sujeta a los azares de la vida.

«A veces sueño con la próxima colección que haré. Tengo en la cabeza millones de prendas que aún no he tenido tiempo de confeccionar. Es parecido a pintar con el cuerpo como lienzo.» «Corto directamente los tejidos, las ideas me salen a borbotones sobre la mesa de



trabajo, me siento completamente absorta en el proceso.» «Me gusta la posibilidad de vender prendas que estén al alcance de las chicas, de las mujeres jóvenes; me produce un subidón verlas vestir mi ropa.»

En total contraste con estas declaraciones, y siguiendo con la idea de la reflexividad sobre uno mismo y la identidad creativa, una vez, en la universidad, una pareja de diseñadores incorporados recientemente, que se acababan de graduar en diseño gráfico y que trabajaban juntos en calidad de socios, me abordó como si yo fuera una clienta en potencia. Su personal estrategia de empresa consistía en enviar postales peculiares, con un trabajado diseño, a las personas con las que, creían, les gustaría trabajar. Cuando contesté a su postal y les hablé de mi investigación sobre la industria cultural, se mostraron encantados de participar en lo que luego resultó una larguísima entrevista. Habían leído mi libro sobre la moda cuando aún eran estudiantes y les había parecido interesante. Asimismo, estaban familiarizados con *The Subcultures Reader*, de modo que en este caso los participantes acudieron a mí, y tres años después de la entrevista siguieron enviándome postales y correos electrónicos. Yo por mi parte he seguido de cerca su actividad y sé que continúan trabajando sin parar, manteniendo el mismo plan de empresa que me describieron en nuestras conversaciones. Las dos horas que pasé con ellos fueron muy estimulantes y significativas. Trabajaban en su domicilio para reducir costes estructurales. Concertaban citas con sus clientes en potencia para mostrarles sus trabajos y exponerles sus ideas en distintos lugares de Londres; en mi caso, en uno de los amplios cafés del South Bank, tan a menudo vacíos. Sin embargo, lo que yo suponía que iba a ser una entrevista para mi investigación se convirtió en una exposición de sus trabajos, en la que me hablaron de sus aspiraciones y posibilidades, describiéndome a cada uno de sus clientes y cada uno de sus encargos con todo detalle; mi ayudante en la investigación apenas pudo intervenir y enseguida se descartó la posibilidad de formularles las preguntas previstas. Es evidente que este equipo de diseñadores me tenía en su lista de contactos empresariales útiles. Estuvieron encantados de describirme sus actividades cotidianas y su vida laboral desde que habían terminado los estudios: cómo trabajaban en casa, cómo se habían apuntado al paro hasta que empezaron a firmar contratos. No pidieron préstamos ni a particulares ni a bancos, mantuvieron los costes estructurales al mínimo. Nunca asumieron más de tres proyectos al mismo tiempo para poder dar garantías de calidad. A veces hablaban entre ellos dos durante varios días seguidos con el fin de impulsar una determinada idea. En realidad ofrecían a sus clientes en potencia un servicio de diseño integral, pero

sobre una base de externalización y de excepcionalidad freelance. Como realizaban investigaciones por adelantado, proporcionaban a sus clientes ideas creativas y con fundamentos sociológicos en torno a sus productos. Refiriéndose a sus tratos con una gran empresa, el joven, Mike, comentó que, después de hacer la presentación, fueron los del departamento de contabilidad los que dijeron que no veían muy claro qué beneficios podía reportar todo aquello de la creatividad. Los dos jóvenes, Rebecca y Mike, hablaron con detalle de los aspectos técnicos de su trabajo, del estilo de diseño que preferían, de colores, de las «secuencias lineales», etc. Mi papel en todo esto recordaba más al profesor que visita un estudio de diseño gráfico y comenta el trabajo de los responsables, que al de una persona que está llevando a cabo una investigación sobre prácticas profesionales. Lo cierto es que este resultado nos dice sobre el proceso de trabajo más de lo que se podría imaginar. El entusiasmo, el ímpetu y la socialización en redes eran los rasgos definitorios de esta clase de empresa creativa. La entrevista fue una oportunidad. Tanto mi ayudante como yo les oímos hablar de todos los clientes con los que habían trabajado en los tres años anteriores: lo que habían hecho para ellos, los resultados que habían obtenido, cómo consiguieron esos trabajos, a qué condujeron a su vez. También fuimos capaces de ver los lazos existentes entre los distintos clientes con los que habían trabajado, de Levi's a Diesel, de la MTV a los chocolates Cadbury, de Dunhill a Channel 4. Tuve la impresión de que ninguna de estas grandes compañías había querido incorporar a la pareja para que formase parte de un gran equipo de publicistas, y que habían preferido pagarles sus aportaciones y, de forma mucho más específica, por una firma identitaria de «arte puro» introducida así en el mundo del diseño comercial. Ambos trabajaban con sus clientes de un modo no muy distinto al de cuando eran estudiantes y proponían ideas a clientes más o menos similares, aunque ya dentro del marco de la «experiencia laboral». Este modo de presentarse les facilitó la entrada en un mercado muy competitivo, y esta vez, a diferencia de cuando eran estudiantes, se les pagaba por sus colaboraciones. Su estrategia también demuestra cómo la pedagogía del arte y de las escuelas de diseño –los puestos de becario, el trabajo no remunerado para un cliente, pero entendido como parte del proceso de aprendizaje– desemboca en el mundo del trabajo freelance. Rebeccaandmike (esa es su marca) se han convertido en unos profesionales ejemplares cuya identidad creativa se ha forjado llevando el arte y el diseño, la subcultura y los estudios culturales, con la mediación de su aprendizaje en Central Saint Martins, al terreno comercial de unos clientes inmersos en la línea dominante (y así llegaron a proponer a Cadbury que hiciera una edición especial de una de sus chocolatinas).

Por último, reproduzco las palabras de Paul Hedges, hoy director de Hales Gallery, en Londres (Bethnal Green), donde ha cosechado un gran éxito. Licenciado por la Goldsmiths e integrante de la generación de Damien Hirst, aunque con una mayor preocupación por las cuestiones sociales, incluida la política de las comunidades locales, Hedges combinó la ética punk del «hazlo tú mismo» con el ideal de la empresa cultural que defendía la generación de la época de Thatcher. La trayectoria de Hedges demuestra el poder de la socialización en redes, sostenida por largas jornadas de trabajo, en detrimento de una cultura de pago. Sus primeras exposiciones fueron las de Jake y Dinos Chapman, y luego una de Mike Nelson; ambas le darían buen rendimiento a largo plazo. De entrada recaudó 85.000 libras para poner en marcha una iniciativa de educación empresarial para artistas en la muy deteriorada zona de Deptford, donde se crió, para lo cual movilizó sus conexiones con la iglesia del lugar, que le proporcionó locales muy asequibles, y abrió un café para improvisar una galería de exposiciones. Cuando hablé con él sobre su trayectoria, me dijo que se levantaba a las cinco de la mañana, preparaba un montón de sándwiches y que a las tres de la tarde salía de la cocina y se dedicaba al trabajo burocrático de la galería.

Lo que ponen de manifiesto estos extractos es la naturaleza totalmente singular de las trayectorias de este sector, así como lo único e irrepetible de estas biografías, aunque todos ellos se han educado en el sistema de las escuelas de artes y oficios del Reino Unido y todos se identifican con aspectos de la cultura juvenil, a los que consideran una especie de campo de entrenamiento no oficial para sus posteriores trayectorias. Yo diría que las metodologías convencionales para llevar a cabo investigaciones sociales en torno a la mano de obra creativa, o incluso con ella, son menos eficaces que las estrategias de investigación que priorizan desde el principio las biografías (Beck), y que tienen muy en cuenta la autorreflexión y aspiran a conceptualizar la «investigación académica» como esfera idónea para una determinada clase de socialización en redes más bien oportunista. Los productores de cultura se sienten cómodos cuando hablan de «la obra en sí». En cambio, tomados como contingente resultan característicamente desterritorializados, errantes, rizomáticos en sus programas de actuación. Al saltar fugazmente de un proyecto a otro, la calidad de los encuentros sociales es a la vez intensa y efímera por pura necesidad. A. J. Scott, experto en la geografía económica de los mercados laborales de la cultura, supera esta dificultad de plasmar la representatividad empleando organizaciones profesionales como fuente de información en los sectores del cine, los medios de comunicación, la televisión y otros campos afines. Si bien esta opción aporta rigor me-

metodológico y permite basarse en estadísticas, estas competencias y conocimientos definibles no se corresponden con las prácticas de trabajo de las cuatro personas cuyas declaraciones he citado antes. Estos participantes londinenses también entablaron una conexión indirecta con mi propia vida profesional como profesora, añadiendo una dimensión adicional a la idea de la socialización en redes.

### 3

En anteriores artículos he introducido una batería de herramientas conceptuales para la ampliación de nuestra comprensión de este campo del trabajo creativo, como son la «felicidad en el trabajo», «el trabajo apasionado», «el paso del club a la empresa», «el tránsito de la cultura como forma de vida (Williams) a la cultura como forma de ganarse la vida», y también he analizado la visibilidad de las economías creativas de la primera, la segunda y la tercera ola en el Reino Unido, y, a la luz del considerable efecto del neoliberalismo en ciudades globales como Londres, he planteado la emergencia del modelo o la aspiración del «gran éxito». Quisiera abordar brevemente algunas cuestiones relacionadas con los cambios que se dan en las estructuras socioeconómicas prevaletes, y que tienen consecuencias en la actividad creativa. Esto nos alejará de las expresiones de adhesión apasionada al trabajo y nos llevará al extremo opuesto, a intensas relaciones de poder, y a una vinculación con el trabajo altamente emocional. En aras de una mayor brevedad y claridad, las enumero como sigue:

a) La expansión de esta clase de trabajo como rasgo de la política estatal que recorre todos los niveles de la educación y la preparación previa –esto es, los medios de comunicación, las artes escénicas, el arte, el diseño, etc.– constituye un rasgo decisivo en el mercado laboral del futuro, tanto en el Reino Unido como en Europa. Ello exonera a las empresas, a las industrias y a los empleadores convencionales de la responsabilidad que en el pasado habían tenido con la mano de obra. Una cosa es hablar de la liberación que supone eliminar esa carga, y otra muy distinta examinar cómo dicha liberación se aplica sobre el terreno.

b) La educación para ejercer un trabajo autogestionado da como fruto un campo de semiempleo que es relativamente barato de poner en práctica, y que

proporciona una mano de obra relativamente barata para los empleadores a resultas de su situación no oficial o en todo caso irregular. En efecto, el trabajo irregular, pero dotado de la aureola brillante de la creatividad, se normaliza y se institucionaliza de acuerdo con los códigos de un mercado laboral cada vez más libre de toda regulación.

c) Esto es algo que tiene repercusiones más allá de las fronteras del trabajo creativo, por la razón de que, como ya hemos visto, esta clase de trabajo es profundamente intersectorial, y se solapa y queda vinculado a otros aspectos de la economía del saber, a los proyectos sociales destinados a la creación de empleo en toda Europa, y también a la aplicación de políticas sociales sobre el terreno, por lo que podríamos decir que se trata de un modelo de cadena múltiple que está en activo. Por poner un ejemplo, una franja de la población joven (menor de 35 años) de Italia, provista de cualificaciones en campos tan diversos como la arquitectura, los medios de comunicación y la propia ingeniería de telecomunicaciones, las ciencias sociales y el derecho, tiene un empleo como freelance en una organización independiente dedicada a la investigación (cuyos directivos son especialistas en ciencias sociales y cuya financiación depende de muy dispares proyectos subvencionados por la Unión Europea), para ocuparse de la administración y la supervisión del resto de la cadena, en un plan destinado a proporcionar conocimientos y educación especializada a licenciados sin empleo de la región de Palermo. Así obtienen provecho de los estudios de empresa, medios de comunicación, turismo y patrimonio cultural, y conocen la cultura de empresa que les permitirá desarrollar unos esquemas empresariales más autónomos e independientes, por medio de los cuales podrán incluso crear con el tiempo sus propios puestos de trabajo.<sup>7</sup> La conclusión del proyecto así financiado obliga a los estudiantes de Palermo a obtener experiencia laboral como becarios en el sector creativo en Berlín en periodos de hasta cuatro semanas (gestión de eventos, empleo juvenil, administración de clubes, sector de la moda etc.). En este contexto, el empleo regulado se sustituye por un trabajo irregular, anormal e ilegible, en el que se cuestiona quién paga a quién y, sobre todo, en qué términos y condiciones, y que desaparece en una neblina de actividades, eventos, facturas, recibos y reclamaciones. Financieramente es muy difícil, e incluso imposible, dar una hoja de balance razonada.

d) En las organizaciones construidas a muy pequeña escala, la intimidad y las connotaciones emocionales en el trabajo resultan inevitables. Con el fin de recortar los costes estructurales, la gente tiende a trabajar en gran proximidad los unos con los otros; cuando las jerarquías se han disuelto y se ha marginado la burocracia, los lazos de familia o de pseudoparentesco ocupan el lugar de la antigua formalidad en el ambiente de trabajo, y en este contexto la cólera e incluso las emociones violentas sustituyen a las quejas y reclamaciones propias de los empleos formales. Las pequeñas empresas siempre se han caracterizado por esta clase de ambientes volátiles e íntimos (el pequeño restaurante, la pequeña empresa de moda), pese a las implicaciones que eso tiene en organizaciones que técnicamente cuentan con financiación estatal, como son las agencias de administración de eventos artísticos o las agencias de formación semiprivatizadas.

e) Esto nos lleva a reflexionar sobre la naturaleza y el estatus de la legislación vigente en el puesto de trabajo, las leyes laborales, las leyes sobre discriminación sexual, los derechos de salud y de seguridad, la cobertura por enfermedad y la baja por maternidad. En efecto, el campo de los derechos laborales entra directamente en tela de juicio. ¿Se evaden o resultan sencillamente irrelevantes? ¿O es que existen nuevas formas de eludir su cumplimiento o de ponerlos en práctica de un modo en absoluto sistemático?

f) Por último, y pese a cómo consideremos el fracaso empresarial, este también es un lugar de ilegibilidad. Lo es de manera especial cuando los puestos de trabajo se inventan y se reinventan constantemente, y allí donde lo que domina el panorama son el trabajo de freelance y el trabajo que pasa de un proyecto a otro. Para encontrar algún sentido al fracaso empresarial o al cierre de una empresa también es preciso tener en cuenta las dimensiones que nada tienen que ver con los márgenes de beneficios, y el papel del sector terciario en tantos sectores culturales y creativos, como son el cine, la educación para los jóvenes desempleados en el ámbito de los medios de comunicación, los talleres de teatro y de música para las personas discapacitadas, o las actividades culturales y creativas de las comunidades, la totalidad de las cuales depende de personas que trabajan dentro de organizaciones que constantemente solicitan financia-

ción. Así pues, ¿qué significado tiene que en vez de hablar de fracaso empresarial se recurra habitualmente a afirmaciones tales como que la organización «se ha quedado sin financiación»? «Fracaso» es un término que desaparece del vocabulario laboral, y en su lugar aparecen palabras como «cambio», «transformación» o «reestructuración». Esto no facilita ver quién es el que gana y quiénes los que pierden. O quién es el que a la sazón encuentra alguna compensación y quién es el que ha de pagar; quién se marcha amistosamente y quién recurre al amparo de la ley. Yo diría que esta zona de ilegibilidad es fuente de profundas angustias, por hallarse en ella mal definidos los papeles, por evolucionar la descripción de los puestos de trabajo, porque todo el mundo está siempre pendiente del resultado que obtengan las propuestas de financiación. Esta es la dimensión que acentúa la diferencia entre trabajo regular y trabajo irregular. Esto es lo que deja al individuo desprotegido, y más allá donde la singularidad, la individualidad y lo irrepitible del creador con talento es un mal sustituto de la burocracia.

### Conclusión

Nos encontramos ante una serie de paradojas, grupos de jóvenes creativos que se pasan unos a otros diversas oportunidades de trabajo, aunque también se trata de trabajadores altamente atomizados y aislados, para los cuales solo existe un remiendo de posibilidades exiguas a las que recurrir cuando las cosas se tuercen. Como diría A. J. Scott, están a un tiempo aglomerados e individualizados, y también se hallan enzarzados en una competencia a degüello por los trabajos que puedan conseguir, debilitando y perjudicando a sus colegas cuando se trata de lograr un contrato para un trabajo o la participación en un proyecto. Scott también cita la descripción que hace Ursell de la «economía de favores» en el mercado de trabajo informal, aunque esto también resulta difícil de cuantificar, pues ¿quién está haciendo realmente el qué, y para quién lo hace? Hay otras paradojas: el Estado da un paso atrás y se inhibe, aunque reaparece en determinadas instancias y en formas particulares, al tiempo que las leyes laborales se borran de un plumazo en las microorganizaciones, pero los presupuestos a menudo los avalan las instituciones del Estado. La libertad del trabajo creativo queda encorsetada por formas tradicionales de dependencia, de la familia, de los maridos y de las esposas. El índice de visibilidad del

éxito ha dado auge a la invisibilidad del fracaso; las personas sencillamente desaparecen del escenario en el que estaban. Resumiendo, mi tesis es que la creatividad se ha instrumentalizado como régimen de la libertad, trayendo consigo la posibilidad de la felicidad en el trabajo y el concepto de las ciudades y los entornos culturalmente mejorados o enriquecidos, lo cual se convierte a su vez en el medio por el cual las viejas salvaguardias y los derechos burocráticos desaparecen de un plumazo. Los teóricos del trabajo inmaterial aciertan de lleno al ver en este proceso una manifestación del poder y la dominación del capitalismo, ya que el trabajo subsume la vida misma y la producción posfordista parece responder a los deseos de las personas que lucharon por la liberación del empleo asalariado y del trabajo monótono y alienante. El capitalismo cultural se demuestra rebosante de vigor por su capacidad de absorción y de respuesta a toda crítica que se le haga. Algunos teóricos sostienen que el posfordismo es el comunismo capitalista. Mis conclusiones, me temo, son más banales: a) hay más productores creativos que antes, y el número va en aumento a medida que el Estado invierte en educar a los más jóvenes en este tipo de trabajo (por ejemplo, en los centros de educación continuada sobre los medios de comunicación y las artes escénicas, o en proyectos para jóvenes delincuentes, relacionados con el cine y los medios de comunicación), aunque estas disposiciones se basan en la incertidumbre, y se ignora la capacidad del mercado laboral para absorber esta clase de mano de obra, como también cuál es la sostenibilidad de un mercado laboral cimentado en el «hazlo tú mismo» y basado en estas estrategias de autorrealización; b) en nuestra condición de educadores y de personas que colaboramos con las medidas políticas que se aplican en este campo, y que además las ponemos en práctica, nos encontramos con un inesperado protagonismo, puesto que las universidades y las escuelas de artes y oficios han sido seleccionadas como las principales instituciones para contribuir al crecimiento de la economía creativa y del conocimiento, con lo que el papel de la educación y de la investigación adquiere una nueva importancia: ¿cómo afrontamos desde nuestra práctica de la pedagogía el discurso acrítico y ditirámico de la nueva economía cultural?; c) si, tal como sostienen los teóricos de la ópera italiana, el trabajo hoy abrumba la vida misma, tenemos que plantearnos la cuestión de qué modos nuevos o novedosos de organización política radical pueden idearse en este contexto. Dicho de otro modo, cuando el trabajo cultural y creativo en la comunidad suplanta el trabajo social, tenemos que abordar la política democrática inmanente de esa actividad ilegible, que, tal como nos recuerda Virno, nos empuja tan cerca de su opuesto que con frecuencia resulta difícil de discernir.



1. Jacques Donzelot: «Pleasure in Work», en Graham Burchell, Colin Gordon y Peter Miller (eds.), *The Foucault Effect. Studies in Governmentality*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.
2. Beck, Ulrich: «Risk Society Revisited: Theory, Politics and Research Programmes» en Barbara Adam, Ulrich Beck y Joost van Loon (eds.), *The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory*. Londres: Sage, 2000.
3. Esto mismo sucede en la categoría de «cineasta», que en realidad podría dedicarse a la enseñanza de la producción de medios durante varios días a la semana, con alumnos jóvenes que han sido expulsados de los institutos o que se han matriculado en programas laborales con cargo a las partidas de bienestar social.
4. Harriet Posner, por ejemplo, empezó siendo diseñadora de moda independiente, pero años después ayudó a confeccionar un directorio de moda para el uso de diseñadores y de vendedores al por mayor y también de las tiendas dedicadas a la venta al detalle, necesitadas de actualizar la información disponible sobre proveedores, unidades de fabricación y cálculos de costes en todo el mundo. Véase [www.harrietposner](http://www.harrietposner).
5. Véanse Scott Lash: *Economies of Signs and Space* London: TCS/Sage, 1994 y Lisa Adkins: «Objects of innovation: Post-occupational reflexivity and Re-traditionalizations of Gender» en S. Ahmd, J. Kilby, C. Lury et al. (eds.), *Transformations: Thinking Through Feminism*. Londres: Routledge, 2000.
6. Por el momento, los estudios sobre los futuros profesionales no han investigado los caminos especificados por el género; véase Royal College of Art, 2004.
7. Mi aportación a este programa, Palermo Step, se concretó en una conferencia impartida ante los estudiantes, a la que siguió un seminario, y otra conferencia ante un grupo de educadores.