

iten **C**reatividad!



Angela McRobbie



Morata

Angela McROBBIE

¡Ten creatividad!

Ganarse la vida en las nuevas
industrias culturales

Traducido por:

Carmen Sánchez Mascaraque



Ediciones **Morata** S.L.

Fundada en 1920

Comunidad de Andalucía, 59. Bloque 3, 3ºC

28231 Las Rozas - Madrid - ESPAÑA

morata@edmorata.es - www.edmorata.es

© Angela McRobbie

Título original de la obra:

Be Creative.

Making a Living in the New Culture Industries

© 2016 Polity Press

This edition is published by arrangement with Polity Press Ltd.,
Cambridge. All rights reserved

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org y www.conlicencia.com) si necesita fotocopiar, escanear o hacer copias digitales de algún fragmento de esta obra.

Todas las direcciones de Internet que se dan en este libro son válidas en el momento en que fueron consultadas. Sin embargo, debido a la naturaleza dinámica de la red, algunas direcciones o páginas pueden haber cambiado o no existir. El autor y la editorial sienten los inconvenientes que esto pueda acarrear a los lectores, pero no asumen ninguna responsabilidad por tales cambios.

Equipo editorial:

Paulo Cosín Fernández

Carmen Sánchez Mascaraque

Ana Peláez Sanz

© EDICIONES MORATA, S. L. (2022)

Comunidad de Andalucía, 59. Bloque 3, 3ºC

28231 Las Rozas (Madrid)

www.edmorata.es-morata@edmorata.es

Derechos reservados

ISBNebook: 978-84-18381-85-0

Compuesto por: M. C. Casco Simancas

Imagen de la cubierta: © *El Beso de Klimt con mascarilla*. Fotografía y edición Nikosín [@Inigocosin](https://twitter.com/Inigocosin). Modelo [@kyoko.galle](https://twitter.com/kyoko.galle). MakeUp de bodypainting de Pedro Villena Estudios LKM. La Kasa del Maquillaje y Truhko Make Up. [@lkm.lakasadelmaquillaje](https://twitter.com/lkm.lakasadelmaquillaje) [@truhkomakeup](https://twitter.com/truhkomakeup). Reproducida con autorización.

Nota de la editorial

En Ediciones Morata estamos comprometidos con la innovación y tenemos el compromiso de ofrecer cada vez mayor número de títulos de nuestro catálogo en formato digital.

Consideramos fundamental ofrecerle un producto de calidad y que su experiencia de lectura sea agradable así como que el proceso de compra sea sencillo.

Por eso le pedimos que sea responsable, somos una editorial independiente que lleva desde 1920 en el sector y busca poder continuar su tarea en un futuro. Para ello dependemos de que gente como usted respete nuestros contenidos y haga un buen uso de los mismos.

Bienvenido a nuestro universo digital, ¡ayúdenos a construirlo juntos!

Si quiere hacernos alguna sugerencia o comentario, estaremos encantados de atenderle en comercial@edmorata.es o por teléfono en el 91 4480926

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCIÓN: ENCUENTROS PEDAGÓGICOS Y ECONOMÍA CREATIVA

1. DE CLUBES A EMPRESAS: NOTAS SOBRE EL DECLIVE DE LA CULTURA POLÍTICA EN LOS MUNDOS CREATIVOS ACELERADOS
2. DESEMPAQUETAR LAS POLÍTICAS DEL TRABAJO CREATIVO
3. EL ARTISTA COMO CAPITAL HUMANO: AUTOEMPLEO, GLOBALIZACIÓN, PRECARIEDAD Y COMPROMISO SOCIAL
4. EL GÉNERO DEL POSTFORDISMO: “PASIÓN POR EL TRABAJO” “CLASE DE RIESGO” Y “UNA VIDA PROPIA”
5. LA MODA IMPORTA EN BERLÍN: ESPACIOS URBANOS, LA VIDA LABORAL DE LA MUJER, ¿UNA NUEVA EMPRESA SOCIAL?
6. ¿UN BUEN TRABAJO BIEN HECHO? RICHARD SENNETT Y EL NUEVO RÉGIMEN LABORAL

CONCLUSIÓN: PERSPECTIVAS EUROPEAS

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE TÉRMINOS

AGRADECIMIENTOS

Mi primer agradecimiento es para la artista y académica radicada en Berlín Marion von Osten. A principios de la década de los 2000, Marion consiguió que algunos de mis trabajos anteriores sobre diseñadores de moda del Reino Unido fueran traducidos y publicados en alemán. Casi al mismo tiempo organizó una exposición en Zúrich a la que llamó “Be creative”, frase que le he pedido prestada para titular este libro. En 2002 Marion me invitó a unirme al proyecto “Atelier Europa” financiado por el Ministerio de Cultura alemán, y esta colaboración también cristalizó en muchas de las ideas que seguí posteriormente en este libro. El Capítulo 1 se presentó por primera vez de forma tentativa en la Bauhaus Dessau, seguido por la Munich Kunstverein. De hecho, todo este libro entrelaza múltiples intercambios y colaboraciones entre Londres y Berlín, por lo que también me gustaría expresar mi agradecimiento a las siguientes personas en Berlín: Kerstin Drechsel, Rita Eichelkraut, Maria Exner, Marte Henschel, Ares Kalandides, Bastian Lange, Oliver MacConnell, Bettina Springer, Tatjana Turanskyj, Agnes Zelei y, tanto en Berlín como en Spoleto, Monika Savier. Además, doy las gracias a Nana Adusei-Poku, Sabine Hark y Ulrike Ottinger por tan gran amistad y apoyo en Berlín.

Gran parte de lo que he escrito aquí se ha elaborado durante mis días, semanas y años de trabajo en el Goldsmiths de la Universidad de Londres. A pesar del siempre reducido presupuesto hemos logrado albergar eventos, seminarios y charlas que han atraído a académicos

de todo el mundo, y esto nos ha ayudado a desarrollar nuestros propios programas de investigación. Entre estos invitados están: el difunto Ulrich Beck, Judith Butler, Angela Davis, Michel Feher, Maurizio Lazzarato y Bernard Stiegler. Muchos de mis antiguos alumnos se han convertido en atareados profesionales creativos, mientras que otros ya son académicos asentados; gracias por lo tanto a Bridget Conor, Kerstin Forkert, Onur Komurcu, Guido del Ponzio y Sharmadean Reid. También han sido fuente de mi inspiración mis colegas del Goldsmiths a quienes les doy también las gracias, especialmente a Sara Ahmed, Lisa Blackman, Matt Fuller, Sarah Kember, Scott Lash, Gerald Lidstone, Carrie Paechter, Sian Prime y Joanna Zylińska. Agradezco al Goldsmiths su financiación, que ha permitido que gran parte de este trabajo se lleve a cabo en Londres y Berlín, así como en Italia. Estos fondos se complementaron en los últimos años con una subvención del Consejo de Investigación en Artes y Humanidades titulada CREATE, con sede en la Facultad de Derecho de la Universidad de Glasgow. Deseo expresar mi más profundo agradecimiento por este apoyo y por el compañerismo de los participantes. Este libro ha tardado más de lo esperado en terminarse, y por esta razón quiero agradecer a varias revistas y editores que hayan concedido permiso para reproducir los capítulos que menciono a continuación. El Capítulo 1 se publicó originalmente en 2002 en *Cultural Studies* vol. 16, no 4; gracias a Taylor & Francis por el permiso para reimprimirlo en este volumen. Las secciones del Capítulo 4 se publicaron por primera vez en *New Formations* 70, en 2011; gracias a Lawrence & Wishart por permitirme hacer uso de ellos aquí. Una versión mucho más breve del Capítulo 5 se publicó en *Cultural Studies* en 2013; gracias de nuevo a Taylor & Francis. En 2012 se

publicaron algunos segmentos breves del Capítulo 6 en un volumen de *Festschrift* para Ulrich Beck; me gustaría expresar mi agradecimiento a Transcript Verlag en Hamburgo por permitirme reproducirlos.

Varios colegas internacionales me han invitado a presentar capítulos de este libro y me gustaría agradecer especialmente a Norma Rantisi y Matt Soar de la Universidad de Concordia, Montreal, donde pasé varios días en 2013; asimismo, a Chelsey Hauge, Mary K. Bryson y Janice Stewart en el Institute for Gender, Race, Sexuality and Social Justice de la Universidad de Columbia Británica, en Vancouver. En 2012 pasé una semana en la residencia en la Universidad McMaster, Hamilton, como profesora visitante, y también estoy agradecida a Priya Kapoor por invitarme a hablar en la Universidad Estatal de Portland durante mi estancia en Oregón, entre 2011 y 2013. Tuve el honor de presentar un primer borrador del Capítulo 6 en el *Festschrift* para Ulrich Beck en la Universidad Ludwig Maximilians de Munich, en 2011. Como tantos otros, siento profundamente la reciente pérdida de Ulrich Beck y Stuart Hall. La influencia de estos dos pensadores impregna las páginas de este libro.

Finalmente, quiero dar las gracias a mis amigos cercanos y a mi familia; a Paul Gilroy y Vron Ware, que han sido mis vecinos en el norte de Londres durante mucho tiempo, al igual que Shelley Charlesworth, Denise Riley e Irit Rogoff. Me gustaría agradecer a Mo White, de Birmingham, quien también proporcionó la fotografía de portada de la edición inglesa. Ahora, en San Francisco, mi reconocimiento a Sarah Thornton y a su familia, y a mi hermana Ros Lambert, en Edimburgo. Como siempre, doy las gracias a mi hija Hanna y dedico este libro a dos niños: Joseph y Gabriel McGhee.

INTRODUCCIÓN

ENCUENTROS PEDAGÓGICOS Y ECONOMÍA CREATIVA

Desde hace más de una década, normalmente los miércoles por la tarde durante el trimestre de primavera, me siento en mi despacho desde el mediodía en adelante y recibo a los estudiantes de máster para discutir sus trabajos de investigación. Lo que he visto desplegarse ante mis ojos durante estas supervisiones es un microcosmos del nuevo mercado laboral creativo, contando también con el impacto de la crisis de la zona euro y la recesión financiera mundial a partir de 2008. La vida y la época de estos jóvenes se reflejan en muchos de los temas de este libro. En mi departamento universitario y en toda la institución ofrecemos una gran variedad de cursos de máster de un año que incluyen Medios y Comunicaciones, Desarrollo de Marca, Medios Transnacionales, Industrias Culturales, Emprendimiento Cultural y Creativo, Género, Medios y Cultura, etc. Los estudiantes tienen que pagar las matrículas y cuentan con algunas becas, pero esto no significa que nuestro alumnado proceda de las clases adineradas internacionales, sino que son hijos de clases medias de varios países del mundo. Los padres son, hasta donde yo sé, profesores, funcionarios, pequeños editores, médicos, a veces vienen del mundo artístico y creativo. Los alumnos proceden de Brasil y Portugal, de Bulgaria y Lituania, de Rusia, Alemania, Italia y España, de Grecia y Turquía, de Croacia, Montenegro y Eslovenia, de Polonia y de Oriente Medio. También proceden de China, Corea y del

Sudeste Asiático. Para ingresar a los cursos deben alcanzar un alto nivel de competencia en inglés para asegurar que puedan escribir cuatro ensayos de 6.000 palabras y un trabajo de 12.000 palabras de acuerdo con las reglas de Bolonia para los cursos de máster en los países de la UE. También tenemos una gran cantidad de estudiantes del Reino Unido y algunos de otros países, incluidos los anteriores, pero que han residido en el Reino Unido durante muchos años y han completado una licenciatura en una universidad británica.

Por lo general los estudiantes tienen veintitantos años —a menudo entre mediados y finales de la veintena. Son muy aplicados y excepcionalmente trabajadores. Muchos han trabajado al menos unos años después de obtener su primer grado. Los del Sudeste Asiático, Japón y Corea es más común que hayan tenido un trabajo como periodistas o gerentes de marca o estilistas de moda y, habiendo ahorrado suficiente dinero y con la ayuda de sus padres, se estén tomando un año sabático para mejorar y actualizar sus habilidades académicas. Toda esta cohorte tiene una gran experiencia laboral a sus espaldas, que puede ir desde la gestión de eventos en Atenas, hasta el trabajo detrás del mostrador en una cadena de moda, como *Zara* en Madrid, pasando por una pasantía en una revista femenina, hasta trabajar en una galería en Estambul. De los aproximadamente treinta a quienes suelo conocer bien, generalmente hay dos o tres que planean tener una carrera académica y esperan conseguir un lugar para estudiar un doctorado y conseguir fondos para llevarlo a cabo. Así, con esto como telón de fondo, como parte integral de mi propia vida laboral, ¿cuáles son los temas sociológicos que se pueden extrapolar de estos encuentros pedagógicos reales?

Las estudiantes son desproporcionada y mayoritariamente mujeres sin hijos. Son parte de un grupo demográfico global de mujeres jóvenes decididas a vivir una “vida propia”, como dice Ulrich Beck en sus tratados sobre procesos de individualización. Lo que no tienen en mente en absoluto es la cuestión de la maternidad y la idea de lidiar con una carrera y los hijos. Y, dadas las circunstancias adversas del mercado laboral para mujeres jóvenes bien cualificadas como estas, están alargando el período de formación aún más de lo que se hacía en el pasado debido a que podríamos considerar que hoy en día la formación es en sí misma una especie de trabajo. Este anticipa el empleo remunerado o el trabajo por cuenta propia, cargado de riesgos. Existen tanto la necesidad de mejorar constantemente sus currículos para tener alguna oportunidad en el mercado laboral, como la necesidad a largo plazo de encontrar un trabajo bien remunerado. Muchas considerarán la idea del autoempleo o de montar algún tipo de pequeña empresa creativa como una opción realista, no porque jóvenes como estas sean emprendedoras natas, sino porque, al sopesar sus opciones, esto surge como una esperanza de un futuro más productivo y quizás emocionante (Neff, 2012). Existe un mecanismo de extensión del tiempo-espacio que, de hecho, acaba considerando la maternidad como una perspectiva muy futura, por la razón de que la movilidad también es una característica definitoria de la trayectoria profesional. Estas jóvenes están dispuestas a cambiar de ciudad y país, aunque el contrato de trabajo sea solo por uno o dos años. Esto también se opone a la idea de tener hijos porque la maternidad significa tener un domicilio más fijo, generalmente cerca de la familia extensa para ayudar con el cuidado de los niños. Por un lado, poder viajar y

financiarse por sí mismas para realizar un máster en Londres supone, por supuesto, ocupar una posición privilegiada; por otro lado, también existe una presión para hacer un buen uso del gasto pues las estudiantes se sienten obligadas a devolver a los padres lo que le han prestado; por esta razón, el trabajo tiene prioridad y las relaciones ocupan el segundo lugar en la agenda de la “planificación de la vida”. El trabajo se convierte en algo parecido a una relación romántica. El feminismo es relevante en la medida en que analiza las desigualdades de género en las precarias trayectorias profesionales en las que estas jóvenes se encuentran encerradas. Pero el entorno socioeconómico inmediato se opone a un ethos de solidaridad y colectividad. A lo largo de varios capítulos de este libro reflexiono sobre estos temas, sobre las opciones de economía creativa para quienes tienen hijos y necesitan quedarse en una ciudad como Berlín (lo mismo podría aplicarse a otras ciudades europeas), que es amigable con los niños, pero con un mercado laboral tan débil que las madres altamente cualificadas, ahora en sus cuarenta años, tienen la difícil elección de buscar un trabajo, tal vez en Londres, y desplazarse, o permanecer *in situ* y optar por alguna forma de emprendimiento creativo. Por un lado, existe una gran determinación de hacer algo con una vida laboral y de elaborar un plan de negocios viable; por otro lado, condiciones como estas también generan un sentido de aguda crisis de identidad para una generación de mujeres jóvenes que buscaban la igualdad de género mediante la adquisición de cualificaciones a prueba de riesgos, vinculadas a títulos y a la formación de posgrado. Infaliblemente, la mentalidad de convertir su vida en una hoja de cálculo del plan de vida, una característica tan recurrente de la vida cotidiana neoliberal, resulta

inaceptable. El largometraje de la directora feminista Tatjana Turanskyj titulado *Eine Flexible Frau* (2010) refleja esta condición de crisis desde el punto de vista de Greta, una arquitecta desempleada y madre soltera que busca trabajo en Berlín. La película muestra vívidamente lo que cada vez más es una dimensión oculta o profundamente privatizada de la ansiedad laboral, una espiral hacia el alcoholismo y la desesperación. La mujer que, como sugiere el argumento de la película, había sido uno de los talentos emergentes de su profesión, se encuentra reprendida por sus amigos por no utilizar su tiempo de desempleo para dedicarse más a su hijo pequeño. Una amiga, una colega arquitecta que ha dejado su trabajo para quedarse en casa con los niños, parece tener ventaja, ya que ha adoptado el ethos neoliberal de lo que ella llama “trabajo en equipo” con su marido, quien es, quizás temporalmente, ahora el sostén de la familia¹. Al mismo tiempo, el dolor de Greta se ve compensado por un profundo amor por el espacio urbano y un enojo por su rápida gentrificación y la venta de parcelas de suelo para construir comunidades cerradas privadas. La figura de Greta vuelve a reproducir los debates sobre la mujer *flâneuse* que vive resueltamente en los espacios abiertos de la ciudad, como el aeropuerto de Tempelhof, o en los límites de la ciudad, donde los campos se apoderan del paisaje en Schoenefeld. Turanskyj también está recreando las historias ambientadas en Berlín de cineastas feministas y *queer*, como Ulrike Ottinger, que puso deliberadamente los placeres femeninos de la mirada urbana en el centro de su práctica cinematográfica. *Eine Flexible Frau* reitera algunos de los momentos clave de *Bildnis Einer Trinkerin* de Ottinger de 1980, pero en este caso para 2010 “el cielo no es tan azul”².

Lo que observo durante mis supervisiones de los miércoles es algo así como una euforia de éxito imaginado, relativamente ignorante de la realidad de los impedimentos y obstáculos de ese mercado laboral creativo. Las opciones que se plantean son las de un empleo a tiempo completo o un trabajo por cuenta propia como autónomo o bien, trabajos a corto plazo que implican pasar de un proyecto a otro. Este nuevo tipo de vida laboral presenta algunos dilemas a las científicas sociales feministas, que deben reconsiderar la sociología del empleo para comprometerse más plenamente con la cultura empresarial y con el ethos del autoempleo que ahora es una cuestión de supervivencia. En países como Grecia, Italia y España es difícil tener otras opciones, y por esta razón expongo más adelante en el libro que el debate actual sobre la economía cultural y creativa, incluida la crítica del neoliberalismo desde la perspectiva de los movimientos contra la precariedad laboral que han surgido en los últimos años, necesita urgentemente dedicar tiempo a este tema de la creación de empleo: cómo desarrollar nuevas formas de economía comunitaria y cultural que produzcan algún tipo de fuentes de ingresos y que generen medios de vida que permitan a las personas contribuir al vecindario y la localidad, incluyendo cuidar de los niños, los ancianos y los vulnerables. La cuestión será cómo financiar actividades que en el pasado formaban parte del sector público. ¿Sería posible ganarse la vida trabajando en la comunidad con jóvenes desempleados o “en riesgo”? ¿Cómo se puede reinventar, ayudar y apoyar el trabajo social con el auge de la economía creativa? ¿Puede el discurso actual de la empresa social alejarse de la retórica individualista de los empresarios carismáticos que “quieren marcar la diferencia”, a favor de un enfoque más fundamentado o de

base para la construcción de comunidades? ¿Qué significaría aportar una perspectiva feminista al emprendimiento social y cultural a la luz de la actual crisis de desempleo de los jóvenes en la zona euro y fuera de ella?³ ¿Qué tipo de vocabulario nuevo se puede desarrollar para reemplazar los términos aparentemente obsoletos o manidos de las bases y la comunidad y cómo puede la cultura jugar un papel en este proceso de reinención? Posiblemente la Comisión Europea ha invertido durante muchos años en este campo. A través de la amplia gama de proyectos que apoya, han permitido que aquellos que experimentan formas de semiempleo o subempleo interrumpido, hayan podido mantener y actualizar sus habilidades y tener un sentido de autoestima en regiones de alto desempleo. Aquí también el vocabulario de autoemprendimiento tiene una fuerte presencia, como muestra el capítulo final de este libro, pero se ha modificado, está menos modelado por el vocabulario heroico de empresa asociado con las escuelas de negocios de EE. UU. y es más mesurado, reflejando la presencia residual de elementos socialdemócratas dentro de la Comisión.

El segundo tema que surge es que vemos un aumento (mediante la concesión de títulos) de lo que en el pasado se habría considerado capacitación profesional o formación continuada. Las organizaciones más pequeñas, a menudo del llamado tercer sector, que en el pasado ofrecían dicha formación mediante cursos cortos, están siendo eliminadas gradualmente y reemplazadas por másteres genéricos realizados en un entorno universitario con el proceso de acreditación correspondiente, que también tiene el valor de un título en lugar de un certificado o diploma. Este cambio se reconoce en el desarrollo reciente de los programas

ERASMUS Plus apoyados por la Comisión Europea. De hecho, muchas formas diferentes de formación de jóvenes ahora se integran dentro de un paraguas de oferta liderado por el sector universitario. Es lógico, ya que solo las grandes universidades pueden asumir los riesgos, invertir en infraestructura técnica (por ejemplo, estudios informáticos y digitales) e instalar los complejos sistemas de contabilidad necesarios para que este tipo de provisión sea rentable. Este papel también obliga a las universidades a cumplir más plenamente el requisito de garantizar la empleabilidad, al mismo tiempo que refuerza *de facto* la agenda de “vínculos con la industria” establecida por los gobiernos nacionales⁴. Al nivel de las políticas, esta dimensión de mejora de las competencias también parece coincidir con las necesidades de la nueva economía creativa, especialmente con el papel cada vez más importante de las redes sociales y el comercio electrónico. Un término clave aquí es formación o *ausbildung* y, como sostengo en este libro, está en el corazón del proyecto de gubernamentalidad actual que tiene como objetivo transformar el régimen de trabajo moderno. Los programas de capacitación aseguran que la fuerza laboral esté en un estado constante de preparación (o empleabilidad) al mismo tiempo que pone sus esperanzas en las estrellas de la nueva economía. La palabra “formación” también tiene una larga y honorable tradición dentro de la socialdemocracia y esto le da un valor estratégico en términos de hacer un guiño hacia alguna idea de justicia social.

Mis miércoles por la tarde revelan dos elementos más, cada uno de los cuales arroja luz sobre los caminos de las economías creativas y la medida en que la universidad juega un papel cada vez más central en la gestión y

supervisión de este terreno. Un elemento es el papel de Londres como ciudad global y el impacto perjudicial que esto tiene en los mercados laborales locales y nacionales (Sassen, 1991). Un estudiante de treinta y tantos años me cuenta cómo la empresa de moda del norte de Italia para la que había trabajado como director de compras estaba reduciendo paulatinamente a los fabricantes locales en favor de los equipamientos extranjeros más baratos procedentes ahora de Camboya y Vietnam. Su propia seguridad laboral parecía incierta, por lo que, con ahorros y algo de apoyo de su familia, se arriesgó y se mudó a Londres, donde su esposa, graduada en moda, encontró rápidamente un trabajo en el sector de las tiendas benéficas. A mitad del curso de máster, una gran empresa de moda que buscaba proveedores en Italia le ofreció un trabajo, es decir, que volvía de nuevo exactamente a lo que había estado haciendo en Italia, pero con la premisa de su ubicación ahora aparentemente permanente en Londres. Consiguió el trabajo gracias a sus conocimientos y contactos en la región donde había crecido y trabajado; fue entrevistado para el trabajo en italiano por un equipo de italianos en Londres que ya trabajaban para la empresa del Reino Unido; estaba contento con el ofrecimiento del puesto, a pesar de los viajes de ida y vuelta a Italia y el alto coste de la vida en Londres, especialmente el alquiler. Este mismo patrón surge en mi cohorte, incluidas las mujeres jóvenes que habían trabajado en editoriales en Grecia y Portugal, pero para quienes la crisis económica, junto con la disminución de las ventas de libros, puso en riesgo sus trabajos o los hizo desaparecer por completo. Las posibilidades de trabajar mejoraron en el entorno de red al que estaban expuestas en Londres, incluidas las posibilidades de realizar prácticas en empresas que ya se

estaban adaptando a las transformaciones digitales del sector editorial. Lo mismo ocurre con los periodistas que provienen del mundo de la publicación de revistas. Para los estudiantes que han completado recientemente una licenciatura también existe la expectativa de desarrollar habilidades transferibles. Una estudiante con una licenciatura en Arte y Tecnología de Dinamarca me dijo que no verse a sí misma como una artista visual la ha conducido a toda una variedad de opciones profesionales, especialmente con un máster de Londres en su haber. “Sé exactamente lo que se necesita para gestionar eventos a gran escala, como lo que implica organizar una semana de la moda en la ciudad”, afirma. Esto plantea preguntas inevitables sobre quién puede correr esos riesgos y para quién es absolutamente imposible. Aquellos que de alguna manera pueden permitirse vivir en Londres y que tienen el capital cultural y el tiempo para acceder a sus densas redes creativas. Aquellos que están lo suficientemente sanos y tienen energía como para cursar un máster mientras también realizan unas prácticas y al tiempo trabajan por las noches en un bar de copas. En mis observaciones, esta cartera de actividades semanales es bastante normal. Sin embargo, un mercado laboral urbano global tan fragmentado tiene consecuencias adversas para quienes no pueden moverse, así como para las ciudades más pequeñas de todo el Reino Unido. Es casi imposible establecer un nuevo negocio de moda en el Reino Unido fuera de Londres con alguna esperanza de supervivencia, a pesar del gran número de universidades que forman a estudiantes de alto nivel desde el norte de Escocia (Aberdeen) hasta la esquina suroeste de Inglaterra (Falmouth). La razón es la concentración de grandes marcas en Londres y el poderoso papel que juegan sus

“redes ricas en transacciones” en la creación de oportunidades laborales a pequeña escala, ocasionales o a tiempo parcial, incluso como asistentes de ventas (Lash y Urry, 1994). Las microempresas de moda necesitan publicidad y los blogueros influyentes deben hablar de ellas. La red es virtual y en vivo; la gente necesita ver y ser vista y las ciudades más pequeñas solo pueden proporcionar esta infraestructura con mucho apoyo gubernamental y financiación regional. No es imposible crear este tipo de centros de moda (Montreal y Berlín son buenos ejemplos) pero el hechizo de los conglomerados de moda es tal que no necesitan mirar muy lejos, la expectativa es que la gente acuda a ellos. Del mismo modo, las tiendas y los espacios comerciales solo se ubicarán en ciudades donde haya consumidores de altos ingresos garantizados. Por lo tanto, la competencia desigual generalizada que sustenta el crecimiento de la nueva economía creativa en un momento en que el sector público se está reduciendo drásticamente disminuye la capacidad de las regiones y ciudades más pobres para responder con políticas a largo plazo para la creación de empleo, y esto significa que a menudo buscan una solución rápida y buscarán la mejora de la imagen mediante el refuerzo de los departamentos de marketing y marca con la esperanza, a menudo abandonada, de atraer inversiones de las grandes marcas. El poder abrumador de las ciudades globales, en la medida en que albergan grandes empresas y, en este caso, vastos espacios comerciales, produce mercados laborales enormemente desequilibrados, sobre todo en la economía creativa, lo que pone fin a las ideas de Florida de que los pueblos y ciudades más pequeños pueden de alguna manera crear una infraestructura para atraer el calibre adecuado de personas con talento

(Florida, 2002). Esto significa que una cuestión clave a considerar es cómo se pueden desarrollar las economías locales separadas del efecto de aglomeración de las grandes marcas, así como su capacidad de creación de empleo⁵.

Otra cuestión que surge de mis tardes de miércoles es la de la pedagogía. Los “estudios culturales”, cuya historia en el Reino Unido incluye los escritos de Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall (añadiendo a Dick Hebdige y Paul Gilroy), se ha convertido en un campo con un potencial casi ilimitado para lo que Gayatri Spivak denominó la “máquina de enseñanza”. Una consecuencia adicional e inesperada de la idea de los “estudios culturales” ha sido el inmenso valor comercial que surge de la “teoría subcultural”. El camino aquí podría rastrearse a través de la idea de bricolaje, “corta y pega” y la subversión del estilo, como teorizó Hebdige, encontrando su camino fuera del aula o sala de seminarios de la escuela de Arte yendo hacia los diseñadores de moda, los diseñadores gráficos y graduados en comunicación capaces de traducir las ideas de la calle y de la cultura obrera “auténtica” o incluso de la rebelión en el material mismo de las colecciones, o de la imagen visual “vanguardista” de etiquetas globales como Dior o YSL⁶ (Hebdige, 1978). Durante muchos años, yo misma dejé de enseñar teoría subcultural por esta razón. El vocabulario podría traducirse con demasiada facilidad a un tono elegante. En cambio, lo que se necesitaba era una metacrítica, una que, como mencionan Boltanski y Chiapello, pudiera mostrar cómo el capitalismo se reabastece al ceder terreno y amonestarse a sí mismo bajo el impacto de la crítica social o artística ahora extendida, como yo podría argumentar, para incluir una crítica pop o subcultural (Boltanski y

Chiapello, 2005). En varios artículos que se remontan (en francés) a mediados de la década de 1990, estos autores afirman que lo que ellos denominan crítica artística (una ramificación del movimiento estudiantil de finales de la década de 1960, cuya contraparte más política denominan “crítica social”) es absorbida por los medios y los profesionales creativos en el mundo comercial, como la publicidad, y se convierte en parte de su propio vocabulario profesional. En definitiva, pueden utilizar teorías artísticas o vanguardistas de la sociedad para potenciar su carrera en publicidad. Esto plantea la absorción total de la crítica contracultural por parte del capitalismo en su fase postfordista. También sugiere que los profesionales creativos están en gran parte despolitizados y solo se preocupan por su propio progreso personal. La incómoda realidad es que las inclinaciones y afiliaciones políticas de quienes trabajan en el sector creativo y cultural son tan diversas que resulta difícil hacer generalizaciones. A menudo, los propios profesionales tienen que soportar la peor parte de trabajar contra la corriente de sus propias inclinaciones en aras de un ingreso en un clima económico altamente competitivo y difícil, siendo los arquitectos un ejemplo obvio, pero también los actores y los músicos. Hay cooptación y crítica en todo el panorama cultural. Sin embargo, también hay momentos de conservadurismo arraigado y también períodos de politización y organización aparentemente repentinas. En este libro hablo del “momento Damien Hirst” para referirme al primero, mientras que más recientemente, después del movimiento Occupy, hay un resurgimiento del activismo. Lo inesperado es la forma en que los estudios culturales se han convertido en el conducto privilegiado de este doble y paradójico

movimiento de instrumentalización y politización. No puede subestimarse el valor comercial de lo que Sarah Thornton llamó “capital subcultural”, pero esto no significa que su campo de influencia esté totalmente vacío de valor político, a pesar de mis propias reservas en el aula en el pasado. En el transcurso de este libro vuelvo a este dilema. Hay otra ironía en el corazón de la tradición de la cultura popular británica, y es que lo que estaban haciendo o realizando los jóvenes “practicantes creativos” —músicos, artistas, diseñadores gráficos— que procedían habitualmente de la clase trabajadora y que pertenecían a la órbita de las escuelas de Arte (por ejemplo, The Beatles, Roxy Music, The Sex Pistols), proporcionó la materia prima sobre la que escritores como Dick Hebdige pudieron desarrollar estos elaborados modelos teóricos. No estaríamos aquí sin ellos, haciendo artefactos culturales tan excepcionales. Stuart Hall *et al.* tenían razón al enfatizar que estos eran vástagos de la cultura juvenil de la cultura de la clase trabajadora, ya que Hebdige y Gilroy también enfatizaron el papel de la raza y la etnia en su intersección con estas formaciones de clase blanca (Hall y Jefferson, 1976). Tales fenómenos no podían surgir tan fácilmente en países como Italia o Alemania, donde la cultura de la clase trabajadora no tenía el mismo lugar establecido, que el ganado en el Reino Unido a través de la lucha. Esto lleva a los sociólogos italianos Arvidsson y Malossi a “releer” las subculturas juveniles retrospectivamente simplemente como “efervescencia” conectada con las nuevas posibilidades de consumo generadas por el posfordismo, donde, en contraste, el trabajo original del Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS) de Birmingham enfatizó la política de la cultura de la clase trabajadora (Arvidsson y Malossi, 2010).

Pero para nuestros propósitos aquí, el resultado inesperado de los estudios culturales es haberse canonizado como un plan de estudios para la nueva economía creativa, junto e incluso combinado con el elemento básico más común de los estudios empresariales, ya que se adaptó a las necesidades de los artistas y diseñadores en formación. Cuando llevamos estos desarrollos al espacio de la nueva “universidad emprendedora”, queda claro cuánto está en juego dentro de la “máquina de enseñanza”. Esto no significa que lo que enseñamos se limita inevitablemente a apuntalar, reabastecer y revitalizar la agenda cultural del capitalismo contemporáneo. Pero sí podemos poner en funcionamiento la máquina de la enseñanza para interrogar cómo se incorpora su propio pensamiento crítico y cómo se convierte en un instrumento de crecimiento y renovación económicos. En el contexto del imperativo de tener “vínculos con la industria” esto es quizás totalmente predecible. Y, de hecho, estos procesos han sido durante mucho tiempo objeto de atención por parte de teóricos sociales como Bourdieu y Ulrich Beck bajo el título de “sociología reflexiva”. En este caso, estoy realizando un ejercicio de estudios culturales reflexivos, aunque de hecho mi argumento general en este libro refleja más ampliamente gran parte del énfasis de Foucault en el “cuidado pastoral” ahora traducido en “práctica pedagógica” como el sitio privilegiado para orientación e instrucción en el campo de la gubernamentalidad contemporánea (Foucault, 2008)⁷. Vivimos en un régimen de trabajo de formación constante. Este complejo de educación-formación adopta una dimensión formal como currículum y una informal como “entretenimiento educativo”. En medio de esta panoplia de discursos instructivos, el tipo de pedagogía crítica que se asocia con

la tradición de los estudios culturales permite, o al menos eso sostengo, que emerjan “fragmentos de luz” como formas prefigurativas de comprensión y conciencia política. Sin embargo, el entorno en el que esto ocurre está definido por la intensidad y el arraigo de la individualización. Es cómo surge la capacidad de resistir en el contexto de tal serie de fuerzas, que tendería a extinguir este potencial, es un tema recurrente en las páginas que siguen.

Clasificación de la clase media

En el título de este libro conservo las palabras “industrias culturales” para señalar un linaje desde la Escuela de Frankfurt y Adorno en particular, hasta el CCCS de Birmingham, donde comencé mi propia carrera académica (Adorno y Horkheimer, 1976; Hall *et al.*, 1976). La lealtad al primero es indirecta en el sentido de que, para Adorno, si bien la fábrica de sueños de las industrias culturales era de hecho un lugar de producción que empleaba a legiones de escritores y artistas, se llevó a cabo según una implacable cadena de montaje de economías de escala tal que los artefactos culturales adquirieron una apariencia de igualdad, uniformidad y banalidad alucinante. El CCCS de Birmingham, bajo la influencia de Gramsci, cuestionó este análisis de la inevitable banalización, haciendo un caso sólido a favor de la participación crítica tanto en los fines del productor como del consumidor, en el contexto de la historia social de la cultura popular como un lugar de lucha de clases. Los estudiosos de Birmingham ampliaron esto para incluir las luchas de la etnicidad (*pace* Gilroy, la idea de un genio musical negro como Bob Marley) y la importancia de las luchas de género también con referencia a las formas subversivas en las que los

elementos de la feminidad comercial podrían desplegarse de modos inimaginables, argumento desarrollado más recientemente por Lauren Berlant (Gilroy, 1987; McRobbie, 1976; Berlant, 2010). Sin embargo tanto en el caso de Frankfurt como en el de Birmingham fue el resultado de la producción cultural, los artefactos mismos, lo que prevaleció sobre las condiciones sociales de sus inicios. En este libro pongo el énfasis en estos últimos procesos y en cómo las condiciones cambiantes pugnan contra los tipos de identidades colectivas que ayudan a producir arte político y cultura popular. No obstante, conservo el término “industria cultural” porque se opone a las ideas más pragmáticas de las industrias creativas adoptadas por los responsables políticos y asesores de finales de la década de 1990 para designar una preferencia por las formas en las que la creatividad como actividad individual podría economizarse. De hecho, sostengo que la palabra “creatividad” desplaza y suplanta a la palabra “cultura”, ya que está menos contaminada por el legado marxista que, al menos en el espacio del debate público británico, todavía persiste en los límites de muchos de esos debates. La creatividad se convierte en algo inherente a la persona (infancia, adolescencia y juventud; con menos frecuencia, vejez), que tiene el potencial de convertirse en un conjunto de capacidades. El conjunto resultante de “talentos” puede desplegarse posteriormente en el mercado laboral o en la “economía dirigida por el talento”. El *dispositivo* de creatividad comprende varios instrumentos, guías, manuales, aparatos, herramientas, esquemas de tutoría, informes, programas de televisión y otras formas de entretenimiento⁸. Veo que estos se unen como una forma de gubernamentalidad, como lo definiría Foucault, con una amplia población de jóvenes a su alcance. En este libro

trazo el ilustre comienzo del *dispositivo* de creatividad del gobierno del Nuevo Laborismo del Reino Unido hasta su mayoría de edad, bajo los auspicios de la Comisión Europea (CE), para incluir pequeños proyectos sociales en Italia y Alemania y en otros lugares de los Estados miembros. Veo que suceden dos cosas a la vez: la expansión de la educación superior y avanzada desde mediados de la década de 1990 en el Reino Unido con especial referencia a las artes, las humanidades y los campos de los medios de comunicación, y además que van orientadas a estos jóvenes para que se adapten a la idea de la cultura empresarial. Los procesos de clasificación de la clase media llegan a vincularse directamente con el autoemprendimiento como ideal. Sin embargo, esto no es movilidad ascendente; al revés, es un efecto ideológico, que da a los jóvenes, especialmente a las mujeres jóvenes, la sensación de ser de clase media y tener aspiraciones. Por ejemplo, de estudiar danza y artes teatrales pasarán a crear su propia pequeña empresa que imparte clases de danza y escuela escénica para niños en diferentes barrios como actividades extraescolares. O bien pueden montar un estudio de pilates con clases de ballet, etc. Como analizo en el Capítulo 3, este tipo de proceso muestra que el *dispositivo* es un instrumento de “desproletarización”, como subrayaron los economistas ordoliberales. El neoliberalismo tiene éxito en su misión a este respecto si una clase media joven ahora hipertrofiada pasa por alto el empleo convencional con sus sindicatos y sus tramos de bienestar y protección a cambio del desafío y la emoción de ser un emprendedor creativo. Al mismo tiempo, cuando en una sociedad postindustrial hay menos puestos de trabajo que ofrecen un empleo permanente y seguro, esta actitud arriesgada se convierte en una necesidad más que en una elección. Ambos se unen

en una especie de fórmula mágica. Esto plantea la pregunta: ¿qué tipo de emprendedor con qué tipo de “proyecto”? El papel del *dispositivo* es administrar y supervisar los aspectos aparentemente emocionantes y gratificantes de esta transición, lo que de hecho significa que realiza parte del trabajo de la reforma laboral bajo la rúbrica del estímulo a “ser creativo”. Esta creación de una nueva clase media joven es también la creación de una “clase de riesgo”, como diría Ulrich Beck; funciona como una plantilla futura para ser de clase media y aprender a vivir sin protección del bienestar ni seguridad social. El ámbito de este *dispositivo* es la educación y el entorno mediático y de entretenimiento, que hoy en día envuelve toda nuestra vida social. Por ejemplo, el sábado 15 de febrero de 2015 en BBC Radio 4, la exitosa joven cocinera y pastelera Rachel Khoo describió su trayectoria desde estudiar moda, comenzar en relaciones públicas de moda y luego decidir que era importante seguir sus sueños, lo que significó mudarse a París y mantener varios trabajos a la vez para realizar un curso de cocina en Cordon Bleu. El entusiasmo de Khoo en las ondas reflejó todo lo que trata este libro en términos de la idea romántica infantil de seguir tus sueños. Como dijo, “Si no funciona, al menos lo has intentado”. Khoo trabajó como *au pair*, dependienta de perfumería en un gran almacén, y terminó como ayudante de una tienda de libros de cocina, organizando lanzamientos para escritores gastronómicos de éxito, lo que la llevó a contactar con una extensa red de editores y, finalmente, consiguió un contrato para un libro. Su serie de televisión, filmada desde una pequeña cocina de París, donde exudaba un alegre entusiasmo por cocinar para sus amigos mientras vivía en un pequeño ático, ayudó a crear una exitosa identidad de marca, con un contrato que

conducía a otro. El asunto, por supuesto, es que nosotros, la audiencia, solo escuchamos estas historias de éxito y sobre cómo todo el trabajo duro finalmente dió sus frutos. Aquí, el *dispositivo* está incrustado en la transmisión de la narrativa misma y las decisiones de producción que la sustentan. Entrar en la clase de riesgo y embarcarse en una carrera creativa significa escuchar la voz del *dispositivo* que dice: “Aquí está tu oportunidad; tómallo ahora y demuéststrate a ti mismo que hacer películas, hornear pasteles o tejer jerséis es algo que puedes hacer”.

¿Precariedad?

Con tanto estímulo para convertirse en un practicante creativo⁹, las preguntas sobre cómo ganarse la vida se desvanecen y se asumen el valor del trabajo duro y la actividad constante. Por lo tanto, se requiere un vocabulario completamente nuevo para plantear preguntas sobre los medios de vida, sobre la remuneración del trabajo independiente y sobre ganar suficiente dinero para mantener a una familia, por no mencionar la financiación de un plan de pensiones privado. Este cambio de registro es también un proceso político que bien pueden resistir aquellos dentro del campo profesional para quienes el trabajo es lo que importa en sí. Esta dificultad impregna el sector del diseño de moda del Reino Unido. Los asuntos de política tienden a manejarse en lo que podríamos llamar el nivel superior de los directores ejecutivos, lobbistas y minoristas globales como Sir Philip Green, de *Topshop*. Donde la idea de *Made In Britain*, con el resurgimiento de la fabricación a pequeña escala, ha aflorado muy recientemente en el debate político (como el realizado en el Westminster Media Forum)¹⁰, la imagen glamurosa de la

industria en su conjunto y el énfasis en las relaciones públicas significa que las voces que reflejan el tipo de temas de este libro tienden a no escucharse y deben buscar otras vías de debate. Este enfoque en la moda como industria cultural proporciona un hilo conductor a lo largo del libro, con un interés a largo plazo por mi parte en los medios de subsistencia y en cómo las prácticas críticas de la moda —que son una especie de contraposición al dominio de las grandes marcas— pueden sobrevivir y defender su derecho a la existencia, quizás de nuevo mirando al campo del arte y al mundo de las galerías en busca de reconocimiento y apoyo. Esta posibilidad tiene un significado diferente en Londres de lo que ocurre en Berlín. En Londres, la moda artística (bajo el título de “talento emergente”) solo puede sobrevivir si encuentra el apoyo de una marca importante o de una casa líder de moda. En Berlín, como muestro en el Capítulo 5, los diseñadores de moda luchan por mantener en funcionamiento sus propias marcas, pero lo hacen con una mirada al mundo del arte en la ciudad y las estrategias de los artistas para mantener su propia práctica de estudio mientras también imparten conferencias en diferentes escuelas y facultades de arte.

Este libro no se relaciona estrechamente con la política cultural, aunque el Capítulo 3 sí ofrece algunas reflexiones sobre cómo los colegas en este campo han respondido e intervenido en los debates sobre el estado actual y el futuro de la economía creativa. Sin embargo, basándome más directamente en Foucault, analizo la incitación a “ser creativo”. Pongo el énfasis en la mezcla de placer y disciplina en estas diversas direcciones y en la forma en que emprenden la reforma laboral a escondidas, sin siquiera llamar la atención sobre las viejas formas de trabajo organizado. Esperar trabajar sin derechos laborales

corta una conexión con las generaciones pasadas que no solo tenían dicha protección (en forma de baja remunerada por enfermedad, pensiones, permiso de maternidad, etc.) sino que también lucharon arduamente para obtenerla. Y una vez que desaparezcan, si es que lo hacen, se vuelve difícil imaginar que se reinstauren, especialmente porque les llevó casi un siglo ganar la lucha. Por lo tanto, es aún más importante recuperar la palabra “b” (es decir, bienestar en el trabajo). Entonces, ¿cómo resistir este imperativo de volverse creativo? ¿Permaneciendo inflexiblemente poco creativo? En cierto modo, esta es la lógica del acertado volumen de escritos de Richard Sennett sobre la sociedad del trabajo moderna, y me refiero a su trilogía de libros en el Capítulo 6, donde también discrepo, sin embargo, con algunas de sus ideas sobre la artesanía. En efecto, representa la creatividad en su obra y tengo algunas dudas sobre las cualidades especiales, lentas y recalcitrantes, del trabajo artesanal y la alegría de practicar y ensayar, que según enfatiza Sennett, sugiere una relación más armoniosa entre las personas y la vida laboral. Pero en los libros de Sennett también hay una tendencia a mejorar las tareas más monótonas, y esto lo hace aparentemente inmune al arduo trabajo y a la agotadora repetición diaria de la limpieza, el lavado y la cocina para una familia, así como al cuidado de los hijos.

En los últimos años, muchos otros académicos también han reflexionado sobre este imperativo gubernamental de volverse creativos, especialmente el teórico social italiano Maurizio Lazzarato. Pero el trabajo que se acerca más a este esfuerzo actual es el libro de Isabell Lorey *Estado de Inseguridad* (2015/2016). Donde yo sostengo que la llamada a la creatividad es un modo potente y muy atractivo de nueva gubernamentalidad dirigida a los