

**RESULTADOS
IMPREDECIBLES
/ MARGINADOS
IMPREDECIBLES:
DEBATES
RECIENTES SOBRE
CREATIVIDAD
E INDUSTRIAS
CREATIVAS**

Resultados impredecibles / Marginados impredecibles
Unpredictable Outcomes/Unpredictable Outcasts

Fecha Recepción: 24 septiembre 2012
Fecha Aceptación: 15 noviembre 2012

PALABRAS CLAVE Industrias creativas | artistas | empresarios culturales | políticas culturales | diseño de medios de comunicación
KEY WORDS *Creative industries | artists | cultural entrepreneurs | cultural policies | media design*

Marion von Osten

Universidad de Lucerna

Ámsterdam, 2007

Resumen_

El artículo analiza las formas de trabajo independiente de artistas y diseñadores y cuestiona si realmente constituyen un modelo explotable por el capital como pretenden algunas iniciativas gubernamentales. La autora analiza conceptos como "creatividad" e "industrias culturales" y explora la función simbólica que cumplen los debates en torno a las industrias creativas en los procesos políticos, económicos y sociales. Respecto a las industrias creativas, señala que no son una realidad, sino un discurso acompañado por la voluntad internacional de hacerlas realidad tan pronto como sea posible.

Abstract_

The article analyzes the forms of independent work of artists and designers and questions whether they really constitute a model exploitable by capital as some governmental initiatives suggest. The author analyzes concepts like "creativity" and "cultural industries" and explores the symbolic function of debates about creative industries in political, economic and social processes. Regarding creative industries, she points out that they are not a reality, but a discourse accompanied by the international will to make them real as soon as possible.

Permítanme comenzar con una pregunta: ¿De qué manera el actual discurso hegemónico sobre la creatividad, las industrias creativas y el artista como modelo para la nueva economía, se corresponde o entra en conflicto con el campo de los gestores y productores culturales? Para expresar el problema de forma aún más aguda, en primer lugar cuestionaría el supuesto de que las "industrias creativas", de las cuales estamos conversando y contra las que estamos luchando, realmente existen. ¿Están efectivamente frente a nosotros? ¿O enfrentamos más bien un campo de visiones políticas que aspiran a privatizar el sector cultural sin haberse materializado aún en algo que pueda llamarse una "industria"? No creo que podamos hablar aún de una industria propiamente tal, ni siquiera en el Reino Unido, donde el discurso de las "industrias creativas" está establecido y donde la producción cultural ha sido reorganizada y reposicionada (Davies & Ford 2000), ni tampoco en Alemania, donde el gobierno Social-Demócrata de Schröder puso en marcha, con resultados diversos, un proceso de culturalización de la economía con la consecuente economización de la cultura (Pühl & Sauer 2003).

¿Estamos realmente en un momento en el cual las interacciones sociales y las formas de trabajo independiente permiten ganarse la vida en forma autónoma, formas que al mismo tiempo pueden ser explotadas por el capital como recursos inmateriales? ¿O nos encontramos dentro de un proceso de transformación en el cual nuestros resultados interactúan solo con algunas variables, algunas de las cuales serían "industriales", dentro de un campo cultural crecientemente dominado por los intereses del capital? O, como muchos críticos han sostenido desde los días de Adorno, ¿hay una contradicción insalvable en cualquier intento por industrializar la producción cultural, en tanto la "creatividad" no está ligada de ninguna manera a la esfera económica?

Estando al medio de todo esto, propongo que reflexionemos sobre nuestro discurso. Estar en el medio significa que aún hay espacio para influenciar y cambiar el discurso, incluso el propio. Por lo tanto, me gustaría discutir la creatividad como un término discursivo, en cuya genealogía podemos ver tanto un proceso de secularización como de constitución de un tipo de subjetividad moderna que

juega un rol central dentro de sociedades capitalistas. La sugerencia de que la producción masiva de bienes culturales contribuye directamente a un corte o pérdida de la capacidad, no es parte de mi argumento. Lo que me interesa, en cambio, es la función simbólica que los debates en torno a la creatividad y las industrias creativas cumplen dentro de la representación cultural de procesos políticos, económicos y sociales. A la luz de esto, dudo que las llamadas industrias creativas estén aquí. Lo que hay, a lo menos, es un discurso acerca de ellas y la voluntad internacional de hacerlas realidad en cuanto sea posible, discurso del cual participamos críticamente mientras ayudamos también a darle forma.

Con respecto al término "industria", es posible observar que durante los últimos años se ha desarrollado un cambio cualitativo: lo social y lo cultural pueden ser transformados por los procesos parciales de industrialización y tecnología, a no ser que intervengamos para detenerlo. Un ejemplo de esto son los debates contemporáneos sobre las destrezas o habilidades cognitivas generales que el nuevo sujeto laboral en sociedades post-fordistas debiera aprender o que ya posee. En estos debates, las habilidades sociales, la creatividad y la inteligencia se presentan y discuten como entidades separadas y abstractas, haciendo que las preguntas acerca de qué hacer, por qué hacerlo y para quién puede hacerse algo con estas habilidades, parezcan no tener importancia. Las habilidades sociales y cognitivas son tratadas como valores y recursos independientes, recursos que pueden ser producidos y mejorados por métodos de entrenamiento y explotados por el capital. Pero esto sólo puede suceder si estas habilidades son conceptualizadas como habilidades no relacionadas y separadas entre ellas y si pueden ser identificadas y representadas como entidades dentro de perspectivas científicas y populares. Otro ejemplo de esto es el requisito de "aprendizaje permanente"⁽¹⁾ que se ha individualizado como proceso y enfatizado como un valor en sí mismo.

(1) Ver http://en.wikipedia.org/wiki/Lifelong_learning

El concepto de aprendizaje permanente ya no pregunta qué es lo que debería ser aprendido y por qué. En cambio, es al proceso mismo de aprendizaje, sin importar de lo que sea, a lo que se le asigna un valor positivo. Por lo tanto, no se trata de aprender para algo, sino más bien del aprendizaje de una disposición para aprender, en función de la cual el sujeto se considera orientado hacia el mercado y cómodo frente a condiciones cambiantes. El sujeto conceptualizado de esta manera se mantiene como un sujeto dependiente de cualquier situación y se encuentra "entrenado" en el sentido de racionalizar sus habilidades en estricta conformidad con el momento. Es contingente y dependiente del contexto y, sin embargo, se espera que al mismo tiempo actúe y tome decisiones en manera autónoma.

Esta nueva concepción del sujeto laboral está conformada por procesos cognitivos fragmentados y abstractos que pueden ser tratados industrialmente en el futuro. Este proceso de abstracción y el establecimiento de tecnologías para mejorar y optimizar las capacidades cognitivas pueden relacionarse con los procesos y tecnologías de industrialización desarrollados en períodos tempranos de la Era Industrial. En ese entonces, los movimientos de los sujetos laborales fueron abstraídos y fragmentados con el objetivo de sincronizar el cuerpo del trabajador con las acciones de las máquinas. Con el taylorismo, los movimientos como entidades abstractas se convirtieron en objeto de investigación y entrenamiento, y la racionalización de las relaciones entre cuerpo, máquina y administración alcanzó su máximo nivel de desarrollo. La nueva relación propuesta entre cuerpo, máquina, administración y ciencias se convirtió en el estándar internacional, abriendo el camino para el desarrollo de la Era Industrial y la producción en masa. En esta nueva era, también las luchas laborales alcanzaron mayor éxito. El análisis marxista del capital y su relación con el trabajo-poder se reflejaba en la experiencia en lugar de trabajo y en organizaciones y partidos políticos, convirtiéndose en un elemento de la vida diaria.

Contra este fondo, tiene sentido pensar en el discurso de las industrias creativas como una tecnología cuyo objetivo no es tanto la capitalización y movilización de los sectores culturales en particular, sino más bien la restructuración

de las relaciones entre el sujeto laboral y los procesos de valorización, optimización y aceleración. Porque lo que a menudo se olvida en los debates sobre las industrias creativas es que esta discusión sobre creatividad y trabajo cultural tiene un impacto en la comprensión y conceptualización del trabajo, la subjetividad y la sociedad como un todo. A través del vocabulario de la creatividad y de referencias a la vida bohemia y a biografías de trabajo, la sociedad se transforma afectando el diseño de políticas públicas, el campo político general y, claramente, nuestro propio discurso.

CREADOR DE NUEVAS IDEAS

Artistas, intelectuales y bohemios son construcciones específicamente europeas. Desde el siglo dieciséis la habilidad creativa de construcción del mundo ha sido considerada no solo como un poder exclusivamente divino, sino también humano. Un modo de producción basado en una nueva relación entre las habilidades intelectuales y manuales surgió en contraste con actividades centradas solamente en habilidades manuales. En este sentido, el término "creatividad" incluyó reflexividad, conocimiento técnico y conciencia de la contingencia del proceso creativo. En el siglo dieciocho, la creatividad fue definida como la característica central del artista, concebido ahora como un "creador" autónomo que lleva al mundo hacia adelante. Durante el surgimiento de la sociedad capitalista, los conceptos de "aptitud" y "propiedad" se combinaron con la noción masculina de genio para producir la idea del artista como un "sujeto excepcional" (el dueño de una mente artística, ingeniosa y excepcional). De ahí en adelante, nociones acerca del "talento creativo" han servido al individualismo burgués como una descripción más general de aquellas actividades destinadas a trascender o eludir determinantes económicos. La culturización del trabajo y la producción se han basado también en formas de producción de imágenes. Estas formas, que organizan la mirada en base a regímenes específicos a través de estructuras institucionales como museos, galerías y sus discursos culturales relacionados, fueron centrales para la constitución de ideologías nacionales en el siglo diecinueve.

La figura del artista como un creador excepcional de innovaciones en los modos de producción, nociones de autoría y formas de vida circula hoy en varios discursos de transformación social. Más aún, los clásicos sujetos excepcionales del modernismo (artistas, músicos, inconformistas y bohemios) también funcionan como modelos en los debates de la Unión Europea sobre trabajo y políticas sociales. Esto se puede ver claramente en Alemania, Suiza y el Reino Unido a la vanguardia. Como indica Angela McRobbie en su influyente texto "Everyone is Creative?" ("¿Todos son creativos?"):

"Una manera de aclarar este tema es examinar los argumentos presentados por este gobierno, que consciente de su modernidad, ha intentado desde 1997 estimular las nuevas maneras de trabajo como una forma de incorporar el surgimiento de una economía cultural progresista y liberadora basada en individuos autónomos, el correlato social perfecto para políticas post-socialistas de la 'tercera vía'" (McRobbie 2004, pág. 194).

En los debates políticos, la figura del artista o "culturalpreneur" (emprendedor cultural), como lo llaman Davies y Ford (2000), encarna esa exitosa combinación entre una ilimitada cantidad de ideas, creatividad instantánea y la capacidad de auto-comercialización inteligente que hoy se exige a todo el mundo. La ubicación de este sujeto fuera de los modos principales de producción se presenta como una fuente auto-motivada de productividad, y quienes ocupan estas posiciones son celebrados como los apasionados creadores de nuevas ideas subversivas, nuevos estilos de vida y nuevos modos de trabajar. Entre las razones de este cambio de valores está el hecho de que, mientras prácticas institucionales y organizacionales anteriormente estables se han desmoronado como producto de la desregularización, la típica biografía masculina del trabajo estable a largo plazo ha sido deteriorada.

Desde la perspectiva de los grupos orientados hacia biografías de trabajo estables de largo plazo, tales como la burguesía o los partidos políticos, este cambio hace muy difícil distinguir entre lo que es "vida laboral" y lo que no lo es, o incluso distinguir por qué debería hacerse una diferencia. La figura del artista parece ser el punto de

referencia para este nuevo entendimiento de la relación entre vida y trabajo, y para comunicarlo a una audiencia más amplia.

Por ejemplo, en el debate político general en el Reino Unido y Alemania, el apoyo a empleados y desempleados depende ahora de su voluntad de alinear el tiempo de trabajo y el tiempo vivido "productivamente", según sea requerido. Actividades anteriormente experimentadas como privadas ahora adquieren funciones económicas. El "emprendedor" debe ser también el artista de su propia vida. Y es precisamente esta mistificación de la excepción, del sujeto del "artista", cuya forma de trabajar se basa en su propia responsabilidad, creatividad y espontaneidad, lo que hoy forma la base del discurso sobre políticas laborales. Esto puede verse claramente en la retórica de la Comisión Hartz, encargada de realizar ajustes estructurales al mercado laboral alemán. En su terminología, los desempleados emergen como "freelancers automotivados", mientras que artistas, periodistas y otros profesionales independientes son revalorizados como "los profesionales de la Nación".

A través de este cambio, el clásico sujeto de excepción, con su precaria situación laboral, ha sido transformado discursivamente en un modelo de actor económico. En los actuales discursos administrativos y de consultoría, acción y pensamiento creativo no son algo que se espere solo de artistas, curadores y diseñadores. Los nuevos trabajadores temporales se convierten en los clientes de un pujante mercado de promoción de la creatividad, provistos de folletos, guías, seminarios y programas de computación. Estos programas educacionales, técnicas de aprendizaje y herramientas proporcionan métodos aplicables y permiten proyectar nuevas formas potenciales de ser. Su objetivo es hacer que parezca deseable "optimizar" el yo. El entrenamiento de la creatividad demanda y apoya una liberación del potencial creativo, sin preocuparse por las condiciones sociales existentes que podrían significar cualquier tipo de impedimento.

De esta forma, por un lado la creatividad se muestra como la variante democrática del genio: la capacidad de ser creativo se les concede a todos. Mientras, por otra

parte, todos deben desarrollar su potencial creativo. El llamado a la auto-determinación y participación ya no solo indica una utopía de emancipación, sino también una obligación social. Aparentemente estos nuevos sujetos laborales acatan estas nuevas relaciones de poder en forma voluntaria. En los términos utilizados por Nikolas Rose (1996, pág. 236), están "obligados a ser libres", alentados a ser maduros, independientes y responsables de sí mismos. Su comportamiento no está regulado por un poder disciplinario, sino por técnicas de gobernabilidad basadas en la idea neoliberal de un mercado "auto-regulado". Estas técnicas están pensadas para movilizar y estimular, más bien que disciplinar y castigar. Los nuevos sujetos laborales serán tan contingentes y flexibles como el mismo mercado.

El requisito o imperativo de "ser creativo", para ajustarse al mercado se relaciona con el entendimiento tradicional de la producción artística, según el cual los ingresos de un artista están condicionados a la venta de sus productos en el mercado del arte (un mito vehemente hoy reforzado). Pero en este punto una diferencia importante en el campo del discurso gerencial entra en juego, porque el fracaso en el campo laboral no es comparable al fracaso en el campo del arte. El artista que fracasa puede recurrir a otros temas y recuperarse a través de la transformación. El artista no reconocido o aún no descubierto puede encontrar motivación constante legitimando la ausencia de éxito en base a ideas tales como "aun no ha llegado el tiempo de mi madurez artística", "la calidad prevalecerá", y "el reconocimiento toma tiempo" (incluso hasta después de muerto). Pero este mito del artista no reconocido, sin éxito pero siempre talentoso, no puede ser fácilmente integrado al discurso gerencial. Es poco probable que una empresa se convierta en el objeto de una investigación científica sólo años después de su muerte por bancarrota, y es poco probable también que esa persona altamente motivada, extremadamente flexible y móvil que simplemente no obtuvo un trabajo en el mercado laboral, reciba un reconocimiento a su trayectoria de parte del MOMA, con un lindo libro y un lugar en el salón de la fama... después de su muerte.

Sin embargo, la subjetividad del no-reconocimiento está integrada en la auto-representación de los trabajadores

inmateriales en general. El artista como modelo para la auto-representación de la nueva fuerza de trabajo flexible está presente en varios estudios recientes del mundo de negocios germano, en el campo de los medios de comunicación y la tecnología de la información. Un estudio de T-Mobile Alemania mostró que la humillación propia de un trabajo mal pagado de tiempo limitado era interpretada por muchos empleados como una transición, una experiencia de corto tiempo que pronto se superaría, una vez que se asegurara el trabajo deseado. El camino hacia ese trabajo puede ser difícil, pero el objetivo está claro. Aquí es donde se forman subjetividades contingentes para las cuales los fracasos en el libre mercado pueden ser reinterpretados como experiencias individuales positivas, y la privatización y transformaciones estructurales en el campo social, político o económico pueden ser tratadas como desafíos personales.

Además, la mitología del artista continúa proyectando la imagen de un estilo metropolitano de vida, donde se vive y se trabaja en el mismo lugar (en un café o en el camino) agregando la posibilidad ilusoria del goce del ocio. Como ha mostrado Elisabeth Wilson en *Bohemians: The Glamorous Outcasts* ("Bohemios: Los glamorosos marginados") (2000, pág. 275), históricamente las nociones de flexibilidad y movilidad surgen de la tradición del "marginado" establecida por generaciones de artistas que buscaban resistir los dictados del modernismo sobre disciplina y racionalización. Así, el estatus social y el capital cultural adjuntos a la imagen del "artista" también apuntan a una forma ética de trabajo más elevada y, en realidad, más ética; una forma de trabajo que ha descartado la coerción de los regímenes disciplinarios y está destinada para algo "mejor".

El taller del "artista", como el *loft*, se convirtió así en un símbolo de la convergencia de trabajo y ocio en la vida diaria y en sinónimo de innovación y diversidad de ideas. De esta manera, la ideología neoliberal adquiere la dimensión estética que necesita para su total implementación, como puede verse en el diseño contemporáneo de oficinas y espacios habitables, los que se han convertido en "hábitats" y "estudios". Los sujetos son ubicados en ambientes nuevos mientras proliferan nuevos estilos de

vida. La experiencia estética compartida se convierte entonces en un instrumento de iniciación.

Impulsados por la competencia para conseguir ventajas geográficas en el mercado global, los mercados laborales europeos se han modernizado y diversos distritos urbanos han sido revitalizados con un vocabulario cultural. Entretanto, los recortes de presupuesto en el campo social y cultural se han legitimado bajo el paradigma de la "autoconfianza" de los productores culturales como empresarios (el concepto central de la ideología de las industrias creativas) dentro de esta noción de la economía basada en "talentos" e iniciativa propia.

FIGURAS DE RESISTENCIA

Estos discursos no han sido marginales. Más aún, tienen consecuencias para la sociedad en general. Mientras tanto, las condiciones de producción están ocultas entre las ruinas sobrevivientes de la producción industrial, así como del arte y el diseño y otros trabajos precarios dentro del sector terciario. A pesar de su fracaso económico, las industrias de medios de comunicación y de tecnología de la información que se referían constantemente a la imagen del "artista" se han convertido en un modelo de trabajo tan influyente como lo fue, en su momento, la industria automovilística de Taylor y Ford. Como se muestra en la imitación espuria de los estilos bohemios por parte de la industria de las tecnologías de comunicación y otros sectores, mucho queda aun por aprender sobre un discurso laboral tapado por un "lenguaje cultural", específicamente, acerca de la circulación diaria de este discurso, sus efectos en la formación de la subjetividad y la relación entre ajuste, fracaso y resistencia.

Hasta ahora, la erosión del antiguo paradigma de producción, junto con las nuevas condiciones de trabajo y la referencia a la "práctica artística", han sido analizados casi exclusivamente desde la lógica del "trabajo industrial" o en relación a biografías de trabajo estables orientadas hacia hombres blancos, los "sostenedores de familias" dentro de las sociedades occidentales. Son pocas las excepciones que han intentado abordar el fundamento

cultural y los efectos de estos fenómenos, y poca ha sido la atención dada a los motivos y deseos de los actores involucrados. Las relaciones reales de producción involucradas en la construcción de una producción "creativa" (artistas independientes, trabajadores de los medios de comunicación y multimedios, sonido y diseñadores gráficos) han sido descuidadas o idealizadas en estos optimistas discursos.

Con esto en mente, inicié una serie de estudios o proyectos colaborativos centrados en entrevistas con productores culturales de diferentes experiencias. Mi investigación comenzó en Zúrich en el 2002, mientras trabajaba todavía en el Instituto para la Teoría del Diseño y el Arte, con un enfoque en el trabajo cultural en el sector del diseño auto-organizado de multimedia y en sus agentes. En sus métodos culturales y cualitativos, el estudio no intentaba revisar el discurso político sobre la transformación de la relación salario-trabajo, sino más bien desarrollar un nuevo enfoque. Esto parecía necesario para desarrollar una teoría de constitución social como algo claramente distinto a la noción de productividad "acumulativa", tan familiar dentro de la tradición materialista. En vez de intentar comprobar cómo se economiza la vida, traté de descubrir cómo los actores culturales de un lugar específico estaban intentando desarrollar tácticas o estrategias para resistir el discurso común.

Así, en la primavera de 2002, inicié discusiones sobre relaciones contemporáneas de producción en el Atelier-/ Büro-Blocks, un complejo de espacios de talleres y oficinas en los cuales la norma es una producción cultural híbrida que combina arte, gráfica, periodismo, fotografía, multimedios y música, donde yo misma he participado en la producción de proyectos. El edificio pertenecía a la compañía Swisscom antes de ser subarrendado, a fines de los años noventa, a diferentes grupos de productores culturales. La mayoría de las discusiones se realizaron en un piso del complejo que fue arrendado colectivamente por un grupo de artistas, periodistas y músicos electrónicos que se hacían llamar "k3000", una apropiación del nombre de un supermercado suizo que había quebrado por vender mercaderías de bajo precio.

El colectivo k3000 subarrendó el piso a varios productores, incluyendo científicos sociales, diseñadores gráficos y multimedios y artistas de sonido y visuales. En el espacio de una oficina, llamado Labor k3000, se instalaron equipos de medios de comunicación y el conocimiento se compartió en forma colectiva. El grupo Labor k3000, del cual aún soy miembro, ha estado activo en prácticas artísticas críticas y producción cultural desde 1997. A fines de los años noventa, la división entre artistas y diseñadores aún era bastante marcada. En los últimos cinco años se ha hecho cada vez más común que los artistas críticos, junto a activistas y teóricos, produzcan proyectos colaborativos en internet, tales como listas de correo, diarios, videos, proyectos de exposición, actos y eventos. En este caso, esa producción colaborativa sólo es posible por la estructura espacial y social del taller Atelier-/Büro-Blocks, que mantiene espacios para la participación, ideación y demostración de destrezas de amigos y colegas de otros campos de producción.

Mi investigación me llevó a revisar varios de mis antiguos supuestos sobre las transformaciones de las condiciones de producción. Yo había asumido que los campos del diseño ilustrarían perfectamente la culturalización de la economía (aún más que las prácticas de arte crítico). Pero tuve que corregirme a mí misma, porque los que trabajan en el campo del diseño tenían biografías de trabajo como "creativos", "freelancers" e independientes que revelaban resultados muy diferentes y muy diversos tipos de éxito. Y estas transformaciones no pueden ser atribuidas solamente a la situación económica que siguió al colapso de la "e-economía".

Primero que todo, las entrevistas mostraron que los conceptos e imaginarios asociados a la oficina como espacio de trabajo y al taller como espacio de producción se encontraban altamente mezclados. En el escenario de arte y diseño gráfico de Zúrich, veinte años después de la introducción de los computadores personales, es principalmente el taller, más que la oficina, lo que sobrevive como un modelo de producción independiente. La gente con la que hablé había estado activamente involucrada, entre mediados y fines de los años noventa, en la producción de aplicaciones multimedia para compañías multinacionales o empresas de marcas. Fue impresionante ver que esta

situación había cambiado unos años más tarde, habiendo todos llegado al acuerdo base de que, en general, uno debía evitar trabajar en ese campo de la producción de imágenes y que los clientes, independiente de quienes fueran, no debían ser invitados al edificio, ni siquiera para firmar contratos.

Mientras los productores de multimedios y diseñadores gráficos variaban su orientación hacia el taller, los artistas, por el contrario, utilizaban términos como "oficina" o "laboratorio" en su intento por describir un modo de producción colectivo y orientado hacia diversos medios. Como ambos grupos compartían el mismo edificio, la divergencia en el lenguaje parece haber sido el resultado de decisiones estratégicas de parte de cada grupo. Más aún, mis discusiones con los diversos productores mostraron, para mi sorpresa, que las redes temporales y colectivas ya no eran comunes entre los diseñadores gráficos y de multimedios dedicados a la producción de imágenes corporativas.

La producción en el edificio ya no funcionaba como una "fábrica", al contrario de lo que Maurizio Lazzarato indica en su canónico texto "Trabajo Inmaterial" (Lazzarato 1996, pág. 280). Lazzarato pone gran énfasis en los lazos entre las nuevas circunstancias de producción en una condición post-fordista y el trabajo artístico-cultural. Él asume que las características de la llamada economía post-industrial, con respecto tanto a su modo de producción como a las relaciones de vida en la sociedad en general, están condensadas en las formas clásicas de producción "inmaterial". Aún si estas formas se encuentran presentes en el área de las industrias audio-visuales, publicidad, marketing, moda, *software*, fotografía y en el trabajo artístico-cultural en general, y aún si los trabajadores culturales aparecen como agentes y representantes de "las clásicas formas de trabajo inmaterial", los resultados de mi estudio sugieren que es importante revelar sus potenciales explícitos de resistencia y dar énfasis a las tácticas cotidianas de oposición a procesos de economización.

Los diseñadores independientes en la escena de Zúrich funcionaban más como una "economía alternativa" dependiente de los espacios culturales alternativos; era en estos espacios donde ganaban sus pequeños pero ade-

cuados ingresos. En las discusiones se presentaban como entidades recluidas en talleres, que conscientemente se resistían a cooperar con los sistemas de "marcas" y de "marketing". Ellos cooperaban (y este punto lo hace aún más claro) sólo cuando necesitaban dinero en forma urgente y hacían un trabajo para pagar el arriendo o financiar un viaje de vacaciones. Este grupo no tenía una estrategia política. No discutían uniones o transformaciones de la sociedad o las condiciones de trabajo en general. En lugar de eso, inventaron una manera de vivir a través de relaciones organizadas en forma autónoma y relaciones laborales parcialmente independientes.

En las entrevistas, casi todos ellos indicaron que no rechazaban un trabajo "de nueve a cinco" sólo porque esta regulación del tiempo les pareciera paternalista, sino también porque no podían soportar la cultura de los negocios y su dinámica social o la idea de tener que subordinarse a una relación jerárquica de trabajo. Los trabajos de multimedios y gráficos, como se descubrió en las discusiones, permitieron a la mayoría de los jóvenes subir en su posición de clase. Sin embargo, estos trabajos no parecen representar transformaciones notables en la dinámica de género, aún si esto se postula repetidamente en las suposiciones que informan las políticas laborales. Este aspecto podría tener algo que ver con las relaciones tradicionales de hombres y mujeres con la tecnología. Por otra parte, también podría estar influenciado por suposiciones anacrónicas sobre el "artista" como un genio masculino solitario.

Además, la auto-imagen del diseñador gráfico, cada vez más alineada con la del artista (como autor), permite descartar la imagen del diseñador como un artesano en busca de éxito que sigue las peticiones del cliente. Esas auto-imágenes se encuentran en la escena del arte, donde muchos agentes no se apropian de la imagen del artista esperando ganancias económicas sino, más bien, en términos de estatus social y de la posibilidad de cierta movilidad social no necesariamente relacionada con el intercambio de dinero. En la escena de las artes gráficas, el giro hacia la auto-imagen del artista aún se nutre del polo opuesto del éxito económico, de la tradición del sujeto fracasado e incomprensido y sus variaciones sub-culturales, teniendo muy poco en cuenta si el sujeto es deseable para el capital.

Los motivos de la vida bohemia aparecen no sólo en los discursos de políticas del mercado laboral y el éxito económico, sino también en el campo del arte aplicado, donde se usan como un valor social para distinguirse de los negocios comunes. Entre este grupo específico de "jóvenes creativos", la precariedad de las condiciones laborales no está determinada solamente por los negocios. En cada uno de los casos que entrevisté, un estilo de vida había sido intencionalmente elegido. En otras palabras, trabajar como *freelance* o en forma independiente, más que una situación de empleo permanente, corresponde al deseo de un modo de vida agradable que no está estructurado por otros, una vida que es precaria y nunca llevará a grandes riquezas o al estatus social de fama internacional pero que, sin embargo, puede conducir a una vida cómoda. Esto parece un gran privilegio que no comparte la mayoría de la gente a nivel global y que, incluso algunos de nosotros, teóricos estresados, no compartimos.

Esta "economía de nicho" cultural sólo existe debido a un escenario cultural que ha permanecido (redes alternativas de instituciones que fue posible establecer tras los disturbios sucedidos en Zúrich y otras ciudades). Existe porque en Suiza aún hay fondos de cesantía disponibles para los jóvenes que recién han terminado su educación. Y también porque una red de productores culturales se relaciona con este mundo alternativo de espacios culturales, bares, clubes, iniciativas políticas, trabajos docentes temporales y proyectos iniciados en forma independiente. Dentro de estas redes, la gente siempre encuentra maneras de generar pequeños ingresos e incorpora a otra gente del piso o del edificio en sus pequeños pero reales flujos de dinero. Aquí, la economía de nicho debe describirse como un factor clave en la política cultural y lo específico de las localidades.

Incluso si la auto-comprensión y la auto-organización de un "sujeto artístico" constituidas como una especie de cita histórica parecen corresponder a las fantasías de quienes quieren renovar el mercado laboral y de los apologistas de las industrias creativas, el éxito de esta conjunción aún es cuestionable tanto en términos teóricos como epistemológicos. Las formas artísticas de vida y trabajo contienen fuerzas que no pueden ser totalmente controladas porque no sólo engendran, sino que también par-

ticipan en la disolución de sus propias condiciones. Más aún, los mitos de los modos artísticos de vida no están a disposición exclusiva de los ejecutivos de recursos humanos. Estos mitos también pueden ser usados por grupos sociales que de otra manera serían silenciados dentro de las relaciones de poder existentes. La cita histórica del sujeto artístico y las maneras estéticas de vida no pueden servir como fuente de los datos medibles requeridos por el discurso económico, porque la producción de un contexto de equivalencia entre las formas económicas y específicas de vida es una reducción de las complejidades inherentes y empaña esta limitación. **m**

BIBLIOGRAFÍA

DAVIES, Anthony; FORD, Simon (2000). "Culture Clubs". *Mute Magazine*, Vol. 1 (n.º 18, septiembre) (recuperado el 08.10.2012 de <http://www.metamute.org/editorial/articles/culture-clubs>).

LAZZARATO, Maurizio (1996). "Immaterial Labour". En VIRNO, Paolo; HARDT, Michael (eds.). *Radical Thought in Italy: A potential Politics*. Mineápolis: University of Minnesota Press.

McROBBIE, Angela (2004). "Everyone is Creative?" En BENNETT, Tony; SILVA, Elizabeth (eds.). *Contemporary Culture and Everyday Life*. Londres: Routledge (págs. 186-199).

PÜHL, Katharina; SAUER, Birgit (2004). "Geschlechterverhältnisse im Neoliberalismus: Konstruktion, Transformation und feministisch-politische Perspektiven". En HELDUSER, Urte; MARX, Daniela; PAULITZ, Tanja; PÜHL, Katharina (eds.). *Under Construction? Konstruktivistische Perspektiven in feministischer Theorie und Forschungspraxis*. Fráncfort del Meno: Campus (págs 165-179).

ROSE, Nikolas (1996). *Inventing our Selves: Psychology, Power, and Personhood*. Cambridge: Cambridge University Press.

WILSON, Elisabeth (2000). *Bohemians: The Glamorous Outcasts*. Nueva Brunswick: Rutgers University Press.

Este artículo es una adaptación de la ponencia de la autora en la conferencia "My Creativity" (European Institute for Progressive Cultural Policies, Ámsterdam, 16-18.11.2006) y fue publicado originalmente en: RAUNIG, Gerald; RAY, Gene; WUGGENIG, Ulf (eds.) (2011). *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the 'Creative Industries'*. Londres: Mayfly, págs. 133-145.