01 2007

La 'losangelización' de Londres

tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña

Angela McRobbie

Traducción de Bani, revisada por Joaquín Barriendos y Marcelo Expósito.

En este ensayo me gustaría sugerir que el desarrollo reciente de la economía creativa en Gran Bretaña –en términos de actividades empresariales a pequeña escala– se puede interpretar como la consecución de tres breves oleadas. Esta actividad económica no la asumiré a un nivel empresarial u organizativo sino, más bien, de manera independiente (y aplicaré aquí un enfoque bourdieusiano) tanto por jóvenes de clase trabajadora (alta) como de clase media (baja) en el Reino Unido. Estos jóvenes han gravitado, por una variedad de razones tanto históricas como estructurales, alrededor de las esferas de la cultura y la creatividad y se han, en efecto, individualizado y desgajado respecto a las instituciones sociales de empleo a gran escala, de tal manera que se corresponden con una versión actualizada de la categoría bourdieusiana de“intermediarios culturales[1]". Podríamos, efectivamente, explicar su situación de

manera inversa, esto es, a partir de observar cómo las dinámicas reguladoras del entorno laboral posfordista ejercen sus efectos dirigiéndose a los jóvenes de ciertos estratos de clase y para reconocerlos como los actuales responsables de su propio destino laboral. En el pasado, no obstante, se les habría interpelado con más probabilidad como sujetos de empleos estatales o institucionales o, incluso (siguiendo a Bourdieu o a Ulrick Beck), hubieran constituido un estrato de jóvenes desempleados bien educados.

Asumo que quienes me leen están familiarizados con el valor de las dinámicas bourdieusianas y foucaultianas en este debate. Lo que pretendo enfatizar es, por lo tanto, qué supone el hecho de que estos sujetos sean llamados a tomar la iniciativa y qué suponen sus actividades. Mi descripción discurrirá paralela al análisis de cómo el gobierno del Nuevo Laborismo ha desarrollado una rápida estrategia de respuesta entorno a la idea de la economía cultural. El programa de política cultural del Nuevo Laborismo ha sido a la vez radical y persuasivo, basándose en resultados ciertamente nebulosos o intangibles en vista de las actuales formas de vida y de empleo que de él emergen, pero también ha sido lúcido de acuerdo con su lógica de descargar tanto al Estado como a los empleadores, estableciendo determinadas obligaciones estatutarias para los empleados.

Permítaseme comenzar afirmando que hace veinte años hubiera sido posible hablar de alta cultura y artes elitistas (ópera, ballet, bellas artes, música clásica, literatura culta, etcétera) como algo muy separado de la baja cultura, es decir, de la música popular o de actividades subculturales como el graffiti, el estilo[2], culturas de expresión negras como el rap o el hip hop y también, por supuesto, de formas de entretenimiento popular incluyendo al cine y la televisión. Tanto esta distinción como los patrones de consumo

que de ella resultan nos dicen mucho sobre cómo funcionan en el Reino Unido las jerarquías sociales de clase, raza, sexualidad y género. Con esto no quiero afirmar que ya no exista una división entre alta y baja cultura. De alguna manera, lo que me gustaría poder discutir es cómo se han producido nuevas microdistinciones en lo que respecta a las jerarquías del arte y la cultura en respuesta a la creación de nuevas, más fluidas e inestables posiciones en los mercados de trabajo cultural. No obstante, por el momento tan sólo puedo aludir a tal proceso.

Lo que sugeriré es que cuando las artes y la cultura se convierten en sí mismas en el punto de enfoque de la capitalización (la lógica cultural del capitalismo a la que se refería Frederic Jameson en su famosa formulación), cuando la cultura en un sentido amplio se convierte en un imperativo absoluto de la política económica y del planeamiento urbano, cuando el arte es instrumentalizado de manera que comienza a proveer un modelo de vida laboral y de procesos de empleo y cuando el gobierno comienza uno de sus documentos (como sucedió en 2001) con las palabras: "Todo el mundo es creativo"[3], entonces queda claro que lo que en el pasado se consideraba la guinda del pastel se ha convertido ahora en el ingrediente principal del mismo. Y lo que en el pasado había sido abandonado a sus propios medios, por ejemplo la subcultura, el estilo o la cultura de expresión negra o la vanguardia punk, ha sido arrastrado fuera de la oscuridad a lo largo de los años, promocionándose ahora con tediosa regularidad bajo la lógica predominante del *revival* en los escaparates de Selfridges y Harrods casi todas las temporadas, como una contribución puntera del Reino Unido a la nueva economía cultural global. Nuestra comunidad imaginada y nuestra identidad nacional con divisa viene a constituirse ahora mediante prácticas que se entienden como creativas. Esta apelación se despliega así por medio de políticas que

introducen elementos como las *Creative Partnerships* [Sociedades Creativas][4] en las escuelas de todo el país, las cuales reúnen una especie de tercer sector de la educación y de la formación que no es ni técnico ni estrictamente académico, en el cual se hace encajar a un número sustancial de jóvenes. Aún no tenemos una idea real de sus consecuencias a largo término ni sobre qué tipos de carreras desarrollará, pero esta noción de educación creativa emerge como una estrategia modernizadora y movilizadora que terminará por afectar las actuales vinculaciones de los y las jóvenes con las artes, la cultura popular y los medios de comunicación contemporáneos. Es hacia ahí, por tanto, hacia adonde se dirige la inversión: en producir una inmersión y una conexión perceptibles en el campo de los medios y la cultura.

El siguiente paso es llevar a cabo el relato de este desarrollo, haciendo especial referencia no a las grandes industrias de los medios y las corporaciones del mundo de la comunicación, ni al papel del gobierno y de las ayudas que han sido otorgadas al teatro nacional, a las grandes orquestas, a la ópera y al ballet, sino a las subculturas juveniles innovadoras, en gran parte compuestas por jóvenes que ocupaban posiciones precarias en términos de educación y de capital cultural.

Durante los noventa llevé a cabo una investigación sobre los pequeños diseñadores y diseñadoras de moda en el Reino Unido. Me concentré en la moda porque era un sector con alto porcentaje de mujeres (sin el respaldo directo de los equivalentes de la industria discográfica, como sucedía con las bandas emergentes) el cual tampoco tenía el prestigio y el capital cultural asociado con las bellas artes. Aunque dicho capital significara ganar una miseria y seguir siendo con gran esfuerzo un escultor o artista visual totalmente desconocido, aun así transmitía una mayor *gravitas* (habitualmente masculina) que ser una diseñadora de moda[5]. Me

interesaba el aspecto popular, femenino y subcultural de la moda; pero no el lado del consumo sino el de la producción. Esta investigación de hecho salía directamente de mi anterior investigación sobre culturas juveniles, estando fascinada por cómo estas formas maduraban en el contexto de la sociedad británica de posguerra. Durante la segunda mitad de los ochenta parecieron crear sus propios mercados laborales informales. En un breve artículo analicé el trabajo de empresarios y empresarias subculturales, jóvenes influenciados por el *ethos* pospunk y del *do-it-yourself*, quienes se esforzaron por crear no tanto una "economía cultural alternativa" en el sentido en que podía haber ocurrido a finales de los sesenta, sino una economía *indie* o independiente[6]. Sarah Thornton acuño después el término "capital subcultural", el cual mostraba cómo estas formas de creación eran capaces de generar sus propias microeconomías y micromedios de comunicación[7]. En efecto, fue en el mundo de los mercadillos y de la ropa de segunda mano que emergió lo que luego se convertiría en el signo distintivo de la moda británica y hubo al parecer una fructífera y fortuita coincidencia entre la búsqueda de un estilo por mujeres jóvenes en la frontera de las subculturas y el amplio abanico de cursos de diseño de moda disponibles en cada academia de bellas artes o pequeña escuela de arte en todo el país, gracias a la obra de los grandes administradores, de los reformadores sociales así como de los defensores de las artes aplicadas de la época victoriana en el siglo XIX y después de los pioneros del arte y el diseño en el siglo XX. Había, efectivamente, grandes posibilidades de educación, de aprendizaje y de recursos para un amplio sector de la población femenina procedente de la clase obrera respetable y de la clase media baja, especialmente en grandes ciudades industriales como Londres, Manchester, Birmingham y Glasgow. En los ochenta y a principio de los noventa la oferta en academias y universidades del Reino Unido se había expandido mucho (más de

cinco mil licenciados cada año en la moda o en disciplinas con ella relacionadas) pero todavía iba dirigida a los estudiantes más necesitados, incluyendo chicas de familias de inmigrantes o cuyos padres, las madres sobretodo, querían que tuvieran empleo en un entorno de trabajo profesional o semiprofesional que no fuera del sector obrero.

La primera oleada de empresarios subculturales creados por sí mismos, quienes se podían ver inventando febrilmente nuevos estilos, cosiendo en sus comedores y luego vendiendo sus productos en los mercadillos callejeros del fin de semana, generaron las que ahora llamaríamos incubadoras de experimentación en el trabajo autónomo creativo. En mi análisis las protagonistas de esta "primera ola" dejaron huella como jóvenes pioneras de la pequeña empresa entre 1985 y 1995, y en estrecha conexión con nuevas revistas como *Face* o *iD* que también brotaron de la cultura juvenil (y en las que por cierto nadie cobraba un sueldo) pudieron conseguir toda la publicidad que necesitaban para lanzar cientos de "pequeñas marcas" basadas en una economía casera que se resumía en la frase "tejiendo todo el día y toda la noche".

Esta explosión de ferviente actividad, sin embargo, tuvo éxito en la prensa y en términos de atención mediática pero fue económicamente insostenible, trajo deudas y llevó a la quiebra. Estas actividades estaban funcionando siempre con capitales insuficientes y recibían muy poco apoyo del gobierno; por ejemplo, estaban excluidas de las becas para proyectos artísticos. De hecho, surgidas de la sombra del desempleo de la era Thatcher, lo que la mayoría de las diseñadoras o diseñadores podían esperar era que un banco les concediese un pequeño préstamo con bajos intereses. Trabajando literalmente en la mesa del comedor para llegar luego a sus pequeñas tiendas o almacenes, no tenían capacidad de gestionar ventas al exterior; muchas de ellas, si conseguían que sus productos

fueran vendidos directamente desde las perchas de sus almacenes, veían después que sus creaciones terminaban siendo copiadas en tiendas de alto nivel o por diseñadores conocidos en toda Europa y Estados Unidos.

A pesar de esta situación existía efectivamente una increíble burbuja de creatividad capaz incluso de provocar sensación en el mundo de la moda y de la música popular de entonces. También cabe recordar que se trataba de un sector mayoritariamente femenino y las chicas que entrevisté también se beneficiaban del impacto del feminismo en las escuelas e institutos en el sentido de poder emprender una carrera independiente; igualmente importante fue la aportación de sus padres y madres quienes apoyaban la idea de un trabajo gratificante y lleno de sentido. Procedente sobre todo de la clase media baja y la clase obrera alta, este sector de la población era en el que más se notaba la idea del "rechazo del trabajo rutinario" transmitida por la generación anterior. Maurizio Lazzarato describe este rechazo del trabajo aburrido, repetitivo y explotador como un elemento de la lucha obrera de los setenta, el cual se extendía desde entonces a lo largo de diferentes generaciones[8]. Podríamos añadir a estos argumentos un doble matiz, al menos por lo que se refiere a la situación del Reino Unido: en primer lugar, destacar una dinámica feminista que permite el rechazo del trabajo femenino mal pagado y su sustitución por un tipo de trabajo definido con mayor independencia y que también se convierte en una fuente de realización personal. Aquí se nota incluso la esperanza por parte de las madres por una mejor vida laboral para sus hijas. Podríamos decir que para estas mujeres jóvenes las nuevas formas de trabajo -- que Lazzarato llama "trabajo inmaterial"-- se convierten en objeto de "apego con pasión": el trabajo creativo es un espacio de idealización romántica quizá más gratificante que las relaciones afectivas. En segundo lugar, podríamos desarrollar aquí una

interesante argumentación que conecta la explicación del rechazo del trabajo rutinario de Lazzarato como vector de la lucha de clases con el análisis llevado a cabo por el Centro de Estudio Culturales Contemporáneos (CCCS) de Birmingham de cómo las culturas juveniles de clase obrera volvían a representar a nivel simbólico la lucha de clases sublimada que la cultura de los padres había enterrado y a la vez transmitido a los hijos[9]. Si este último análisis, siguiendo a Althusser, da una explicación del estilo subcultural en sus modalidades espectaculares, lo anterior es entonces de gran utilidad para aclarar los aspectos productivos de estas microeconomías.

Esta conexión aporta a los análisis existentes una lógica de lucha de clases intergeneracional que en mi caso de estudio, desde luego, atraviesa inextricablemente el ámbito del género. La época de mayor trascendencia de esta primera oleada no logró durar, pero su *ethos* sobrevivió y se extendió hacia un sector mucho más amplio de la población joven. Esta primera oleada realmente fracasó porque el gobierno quiso que comprendiera las fuerzas y la competitividad del libre mercado. El sector tuvo que aprender la lección de la forma más dura, a pesar de que sus defensores, como yo, hiciéramos presiones para que recibieran más apoyo e inversiones. Sin embargo, la defensa de estas prácticas también se encontraba en ese entonces en una posición bastante aislada porque la vieja izquierda y los sindicatos no estaban interesados en actividades en tan pequeña escala, dudaban que algún tipo de política progresista pudiese salir de estas formas de autoempleo y realmente veían estas formas laborales como autoexplotación basada en engañosas fantasías de éxito, o bien como negocios pequeñoburgueses con ninguna política de solidaridad y encima en una posición poco realista de cara al carácter depredador de los grandes negocios y de las tiendas de alta costura. Tampoco este sector despertaba el interés de las

feministas académicas especializadas en temas laborales puesto que su atención se concentraba siempre en las condiciones de la mujer de clase obrera en puestos de trabajo más tradicionales. Así fue que estas incubadoras tuvieron escaso apoyo, por lo que a finales de la década de los noventa tendieron a desintegrarse, viéndose reemplazadas por los creativos multitarea de la "segunda oleada".

En mi artículo *Club to Company* de 2002[10] tracé un esquema de las características de los jóvenes creativos de la segunda oleada en la economía cultural "acelerada" del Reino Unido, la cual se beneficia directamente del crecimiento en el campo de los nuevos medios y de la presencia discreta de grandes inversores que convergen en los espacios de encuentro de formas de socialidad en red[11]. Estas características incluyen: a) desespecialización; b) definición híbrida de los empleos (por ejemplo “organizador de eventos”, “asesor artístico”); c) proliferación de los becarios, de formas de trabajo sin retribución y de creación de puestos de trabajo a partir de trabajo no retribuido; d) una economía de la noche que genera formas de sustento para la vida diurna gracias al crecimiento de la economía del tiempo libre, de los clubes y de las fiestas; e) la expansión de la cultura en red y *freelance*, a raíz de los cambios acaecidos en las formas de organización de las grandes instituciones que se deshacen de la fuerza de trabajo volviendo luego a contratarla como trabajo autónomo; f) el desarrollo de Londres y otras ciudades globales como capitales creativas del arte y de la cultura, atractivas para el sector financiero y el turismo; este desarrollo produce una subida de la demanda en los mercados laborales por jóvenes con competencias múltiples y capacidad de adaptación; g) a raíz de la acelerada economía de los nuevos medios y de internet, el declive de las posibilidades de asociación y de colectividad, reemplazadas por una socialidad en red, es decir, del boca a boca en la búsqueda

de trabajo, en el club, el bar o en los distritos culturales de la ciudad.

En mi artículo sostuve que se trataba, este último, de un modelo más *neoliberalizado*. Lo que sucede a una situación que no está cubierta por las leyes que protejan de la discriminación laboral es que de ella vuelven a emerger modelos antiguos, elitistas y socialmente más excluyentes, que son los que terminaron por caracterizar el mundo de las economías a pequeña escala de esta segunda ola creativa. Las cuestiones de raza o etnicidad, de género y de sexualidad no tienen posibilidad de expresarse porque en el ámbito de la cultura se supone que estos asuntos ya han sido tratados y que la igualdad se da por sentada, o bien porque hay tal individualismo competitivo que no existe ningún foro, lugar o momento para que aquellas inquietudes se puedan manifestar en un entorno público. De ahí surge la internalización de la ansiedad, las manifestaciones privadas de rabia o decepción, el *ethos* del "tienes-que-esforzarte-más", patrones de autoinculpación en un entorno tan hiperindividualizado (tal como explica Zygmunt Bauman); además, la ausencia de formas de protección significa que se tienen que inventar nuevas formas de independencia y confianza solamente en uno mismo, de acuerdo con las cuales es normal cumplir con, por ejemplo, cuatro proyectos a la vez, si al menos uno de ellos es un trabajo con una organización del sector público o con la administración del Estado, ya que ello permitirá por lo menos disfrutar de algún derecho mínimo (como puede ser la cobertura por enfermedad o vacaciones). Por lo tanto, las nociones de seguridad ya no están determinadas en el empleo a tiempo completo, sino que se van buscando en formas de empleo fraccionado o a tiempo parcial.

La tercera oleada ha venido tomando forma en los últimos cinco años y lleva todos los signos distintivos del periodo Blair. No está

caracterizada por el *ethos* pospunk de la primera oleada ni por el carácter emprendedor de la segunda ola, sino por un "efecto Hollywood": quien gana se lo queda todo. Si bien es cierto que el Reino Unido tomó la iniciativa en temas de guerra así como también en el campo de batalla (siguiendo el ejemplo de Estados Unidos) también es cierto que en el campo de la cultura y de la creatividad miramos a Estados Unidos y a la industria global del entretenimiento como modelos para rediseñar las vidas laborales en nuestro país. Me refiero a la *losangelización* de Londres, al impacto que ésta tuvo en el resto del país, influyendo también en su aislamiento del contexto de las políticas culturales europeas. Pero aún más significativa es la manera en que Estados Unidos sirve como modelo para racionalizar el desplazamiento hacia el concepto de "creatividad" con un un papel central en la economía[12]. La agenda del gobierno Blair tiene su reflejo también en la nueva economía creativa. Esta tercera oleada es más nebulosa y difícil de definir, en parte porque está muy estrechamente entrelazada con transformaciones sociales aún más profundas que implican una redefinición de las nociones de individualidad [*selfhood*] y que fomentan formas más extendidas de dependencia y confianza en sí mismo. Estas nuevas y más flexibles formas de individualidad se han institucionalizado en la educación a través de ciertos estilos pedagógicos así como en la transformación de la carrera educativa. Esta forma de dependencia absoluta en uno mismo corresponde en las artes, la comunicación y la cultura a un tipo de trabajo por proyectos. Esta tercera oleada que estoy intentando describir implica, típicamente, tener un proyecto concreto y personal; es decir, una especie de proyecto estrella que uno espera algún día poder llevar a buen término y que, mientras tanto, se mantiene a flote gracias a otros tres o cuatro proyectos más rutinarios y generadores de renta.

La lógica subyacente a la tercera oleada es la idea del éxito personal. Es cierto que el típico o la típica licenciada en bellas artes o humanidades que acaba de graduarse necesita aprender a encontrar un camino en el mundo de los proyectos subvencionados para poder ganarse la vida (por ejemplo dos días a la semana editando una revista electrónica de moda, dos días trabajando como estilista para una agencia de moda, un día como dependienta de una galería de arte) y entonces también empleará mucho de su tiempo "tejiendo redes", manteniendo las puertas abiertas para que cuando un proyecto se acabe pueda empezar otro. Pero lo que realmente quiere, en efecto, es tener un éxito propio, algo que le permita tener una posición de mayor fuerza y visibilidad en el tan competitivo mercado del trabajo creativo. Normalmente es algo relacionado con su propio proyecto, del que se ocupa con pasión de noche y durante los fines de semana. Tener éxito con un proyecto propio es la esperanza de casi todo el mundo en la economía creativa, ya que esto puede llegar a producir una transformación, puede levantar al individuo por encima de las presiones de su vida multitarea y de la agotadora actividad de tejedora de redes que esa vida multitarea implica. El gran éxito personal también facilita una conexión entre las actividades en escala reducida que el productor independiente puede llevar a cabo sin grandes inversiones y el amplio sector corporativo que puede proporcionar el capital para convertir el pequeño proyecto original en un producto global. La proyección de este paso desde la microactividad realizada en casa o en la mesa del comedor hacia la macroactividad que involucra a actores clave de la industria cultural global también funciona como otra manera de autodisciplina. Esta dinámica se reconoce muy claramente en la manera en que el gobierno anima a descubrir el talento de uno mismo, a buscar sin pausa las características de la creatividad que todos seguramente tenemos. Este *ethos* es un elemento clave de la así llamada economía basada en el talento. Este

cambio hacia el trabajo cultural de la tercera oleada depende de la movilización total de la identidad para que cada gramo de potencialidad se pueda aprovechar económicamente. Esto requiere un grado de autoconvicción inflado que sin duda es insostenible.

El gran éxito personal puede significar muchas cosas, pero en esencia produce un efecto multiplicador en términos de más opciones y posibilidades, y mejora el estatus y el poder del "ganador del premio" dentro de la economía cultural. Para el estudiante o la estudiante del último año del curso de moda se tratará de un desfile final muy exitoso que traerá la oferta de un breve contrato de trabajo con una empresa de moda francesa, estadounidense o italiana; en la televisión suele ser, por lo habitual, un concepto exitoso que establece un nuevo género o nicho; en el ámbito musical se tratará de un tema que no necesariamente tendrá que llegar al *top ten*, sino que logrará pasar directamente de la pista de baile a la banda sonora de algún anuncio de televisión (por ejemplo *Shake your ass* de Groove Armada) o bien será seleccionado como sonido de fondo para una gran cantidad de programas televisivos, sean de jardinería o de maquillaje (valga como ejemplo el omnipresente Gotan Project).

Aunque el sueño del gran éxito personal ha existido siempre (como señaló Adorno en su famoso ensayo sobre la industria cultural), en los últimos años ha sido normalizado y colocado justo en el corazón del discurso de la industria cultural. Si por un lado Londres parece convertirse en una "ciudad-empresa", mientras que otras ciudades del Reino Unido establecen sus propias estrategias culturales, por otro lado la ideología del gran éxito personal se combina en el sector cultural con el sistema de las celebridades como manera de fortalecer como marca la imagen nacional e internacional de ciudades de todo el país (por ejemplo, Edimburgo se promueve gracias a la asociación con JK Rowling y su serie de novelas *Harry*

Potter, Irvine Welsh y su novela *Trainspotting*, Iain Rankin y Rebus, el detective protagonista de sus novelas). Después del primer gran éxito se suele intentar publicar una novela o un diario y luego convertirlo en una película (siguiendo el ejemplo del *Diario de Bridget Jones* o el más reciente *El diablo viste de Prada*). Hay ejemplos de éxito tan inesperado que el autor, de repente, se ve catapultado en un ámbito de trabajo muy distinto del que estaba acostumbrado, como acaba de explicar Lionel Shriver, el autor de la novela *We Need To Talk About Kevin*.

Permítanme ahora concluir esta discusión sobre la normalización del éxito extraordinario y sobre cómo la búsqueda del talento propio se ha convertido en el elemento clave de lo que antes se solía definir como disciplina laboral. Al menos en el Reino Unido, esta búsqueda de la creatividad propia como una especie de identidad profunda es una de las características dominantes de la gubernamentalidad contemporánea. Para los sujetos de esta práctica de gobernanza cultural, la nueva identidad se define primeramente como productiva y creativa, dos características inseparables, la segunda compensando la dinámica exhaustiva de la primera. La tercera oleada de la economía creativa presiona para que cambien incluso las instituciones más burocráticas, rígidas o aparentemente inflexibles y profesionales como las universidades y, a pesar de que la experimenten más directamente los menores de 45 años, afecta cada vez más en los trabajadores de todo grupo de edad. El modelo del gran éxito personal es también extremadamente fácil de exportar. En diferentes instituciones puede llegar como fruto caído del cielo y significar la garantía de la prolongación de una gama de actividades en micro o macroorganizaciones tanto públicas como privadas. El *ethos* competitivo subyacente al modelo del gran éxito personal se va aplicando a lo largo de diferentes sectores como parte del cambio hacia un nuevo régimen de responsabilidad y

transparencia administrativa. En el contexto de algunas pequeñas actividades, incluidas las que en última instancia son financiadas por el Estado, este modelo normaliza la precariedad y la inseguridad, volviendo irrelevantes las relaciones sociales formales de la vida laboral, incluyendo las obligaciones legales. Permite asimismo eludir el viejo orden y la legislación contra la discriminación asociada con la cobertura del anterior régimen socialdemócrata y basado en el Estado de bienestar. Esta forma de eludir obligaciones se convierte pues en un instrumento de reforma neoliberal que, bajo la etiqueta de lo que Blair llama "modernización", en efecto desmantela (o por lo menos marginaliza, congela) el ámbito de las obligaciones legales en la vida laboral[13]. Esta estrategia se puede ver en acción a lo largo de un amplio abanico de sectores en los que el gobierno tiene capacidad de influencia. El impacto del pensamiento estadounidense acerca del lugar de la creatividad en la economía contemporánea es claramente visible; esta situación es perceptible en las escuelas de negocios, en donde hay un enfoque más dirigido hacia la psicología y las ciencias cognitivas que hacia la sociología. Sin embargo, lo que distingue la postura altamente innovadora del Nuevo Laborismo es la convergencia entre estas ideas y las políticas sociales más convencionales diseñadas para paliar las desventajas. Por ejemplo, los premios del Ministro de Economía de treinta libras semanales para estudiantes de familias pobres que tengan dieciséis años de edad, con el objetivo de asegurarse que sigan estudiando hasta los dieciocho y puedan así llegar a tener los requisitos necesarios para acceder a la universidad. Iniciativas como ésta se cruzan con otras disposiciones en el sector educativo para que la educación artística y creativa se convierta en un elemento cada vez más central y relevante del currículum y, de hecho, para que sea una buena razón para proseguir los estudios[14]. Otras actividades y propuestas contribuyen a la combinación de arte, empresa y mejora de las habilidades

personales en el ámbito educativo [*upskilling*], como por ejemplo la *Scottish Enterprise*"[15], la elevación de la edad de la escolaridad obligatoria a dieciocho años, el papel de las Sociedades Creativas[16] en la escuela secundaria y la introducción de títulos en artes y nuevos medios.

Estos variados programas y propuestas forman parte de la intensa actividad del gobierno. Desde aquí podemos empezar a distinguir una especie de efecto teatral. Los jóvenes son entrenados como si tuvieran que prepararse para la escena, incluso cuando su vida laboral se quedará bien lejos del maquillaje teatral. Hasta David Brent, personaje principal de *The Office* de Ricky Gervais, otro éxito global de BBC TV, ubica sus aspiraciones mucho más allá del aburrimiento de la papelera Slough de la que es el gerente. Es su carrera nocturna de cómico teatral (hasta ahora para nada exitosa) lo que le saca del horizonte limitado del trabajo de oficina.

La curva del *upskilling* transforma trabajos tradicionalmente mal pagados o repetitivos en algo más espectacular. Los estudios y documentos oficiales más recientes del gobierno del Reino Unido en temas de cultura y economía prevén un crecimiento importante en el sector creativo y exponen argumentos a favor de la producción de una cultura compleja contra los peligros de un entretenimiento de bajo perfil[17]. Esta estrategia, puesta en paralelo con la estructuración cultural (más que social) del sistema educativo y su objetivo de mejora de las habilidades personales de jóvenes que de otra forma podrían fracasar, perfila la intención de expandir las clases medias y hacerlas más autosuficientes. Y quizás podría ser que, en estas coyunturas, éste sea ya un resultado suficiente desde la perspectiva del Nuevo Laborismo. Esto implicaría también aceptar, de alguna manera, un sistema de trabajo en un estado de permanente transición de largo plazo; requeriría un más alto nivel de autoresponsabilidad y la internalización e individualización del

fracaso; marginalizaría antiguas éticas del trabajo que valoran el proceso, el oficio, la solidaridad y los patrones de la jornada laboral normal, tal como señala Sennett[18]. Haría de todos nosotros, si no necesariamente cantantes, bailarines o *spice girls*, por lo menos individuos y sujetos que necesitaríamos un nivel de convicción en nosotros mismos sin precedentes, para poder seguir viviendo en el nuevo mundo del trabajo creativo precario. Este efecto de teatralización se caracteriza por el sentido nebuloso y hasta opaco de los posibles resultados. Los informes del gobierno son casi evangélicos cuando se trata de apuntar los beneficios del nuevo *ethos* creativo en la educación y el empleo, pero no se mencionan los tipos de trabajo real que se crearán con todo este esfuerzo de las políticas públicas. Además, el discurso de la creatividad viene marcado por su referencia al lenguaje de la psicología estadounidense y por eludir la investigación y el vocabulario crítico procedente de la sociología británica así como, por supuesto, de los estudios culturales.

Aunque no sea especialmente difícil identificar el efecto neoliberal en el mecanismo de elusión que mencionamos antes, diría que la revolución en el mundo de las actividades productivas es bastante más profunda que la mera etiqueta "neoliberal" desde luego sugiere.

He aludido ya en este artículo a la manera en que Lazzarato sugiere que el deseo por un trabajo lleno de sentido emerge del contexto de las luchas de clase de generaciones anteriores. Podríamos agregar a estas consideraciones un deseo, más en sentido foucaultiano, por la gratificación en el trabajo como una variante de la estilización de si, una política del cuerpo traducida como una recombinación de las tecnologías disponibles en las actuales prácticas de gubernamentalidad. Enfocando la cuestión de esta manera podríamos llegar a entender estos lugares de creatividad y actividad productiva respecto al trabajo autónomo como lugares

"micrológicos" de conflicto y de tensiones. Lo que queda de la lucha de clases es ahora desviado hacia el ámbito de la precariedad. El signo más evidente del éxito del Nuevo Laborismo en el Reino Unido es haber dejado de lado el "viejo laborismo" y su terreno de derechos y protección y haber situado en el centro del debate el nuevo paisaje del trabajo mental como lugar de extracción de plusvalía a una escala que los antiguos teóricos del proceso laboral ni siquiera se atrevían a soñar, con la ventaja añadida de que este asunto implica en la actualidad la suspensión de la crítica en favor de la esperanza, la expectativa de algún tipo de recompensa tangible en forma de promesa tanto de estatus como de seguridad.

Lo que se elude también en el nuevo discurso de la autorrealización creativa es todo el panorama intelectual de la estética crítica asociado evidentemente a la tradición filosófica marxista que cuestionaba el mito del genio, que socavaba la ideología de la creatividad individual y que, en una serie continuada de escritos de Bourdieu a Barthes, de Foucault a Derrida, llamaba la atención sobre el papel sobrevalorado del autor o del artista como fe laica que, entre otras cosas, menospreciaba la ética de la colaboración y una política de la crítica. De esta manera, lo que está en juego en el nuevo ámbito del trabajo mental es el papel y el significado del trabajo intelectual que actualmente se considera obsoleto en contraste con las energías creativas del nuevo productor cultural. En este contexto, la apuesta por nuevas formas de educación creativa (por ejemplo el *live project*, los enlaces con la industria, las prácticas, el papel de las Comunidades Creativas) obstruye y cierra el lugar de la teoría y el espacio de la pedagogía crítica.

---

[1]Pierre Bordieu, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid, 1988.

[2] La autora utiliza los términos puestos en circulación por el texto que desde los estudios culturales británicos valorizó las formas de expresión de las subculturas urbanas, el clásico de Dick Hebdige *Subculture. The meaning of style* (1979, con edición castellana: *Subcultura. El significado del estilo*, Paidós, Barcelona, 2006), que el original inglés evoca sin duda en cualquier lector británico, y que parece pertinente citar aquí a propósito del hilo argumental [NdE].

[3] *Culture and Creativity*, The Department for Culture, Media and Sport (DCMS), Londres, 2001.

[4] Véase <http://www.creative-partnerships.com> [NdE].

[5]Angela McRobbie, *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?*, Routledge, Londres, 1998.

[6]Angela McRobbie, "Second Hand Dresses and the Role of the Ragmarket", en *Postmodernism and Popular Culture*, Routledge, Londres, 1994.

[7]Sarah Thornton, *Club Culture*, Polity Press, Cambridge, 1995.

[8]Maurizio Lazzarato, conferencias en el encuentro *Creating Effects*, Kunstraum der Universität Lünenburg, agosto de 2006 [véanse también los artículos originarios de Lazzarato sobre el "trabajo inmaterial" en *Brumaria 7: arte, máquinas, trabajo inmaterial*, diciembre de 2006, <http://brumaria.net/publicacionbru7.htm>].

[9]Stuart Hall y Tony Jefferson, *Resistance through Rituals*, Hutchinson, Londres, 1976.

[10] Angela McRobbie, "Club to Company", en *Cultural Studies*, vol. 16, nº 4, 2002.

[11]Angela McRobbie, *ibidem*, Andreas Wittel, "Towards a Network Sociality", en *Theory, Culture and Society*, vol. 18, nº 6, 2001.

[12]Kim Allen, estudiante de doctorado en el Goldsmiths College de Londres, está actualmente investigando sobre la manera en que el Nuevo Laborismo está implementando en las escuelas, en las prácticas y en los lugares de trabajo las teorías estadounidenses sobre la creatividad.

[13] Reconozco que se trata de una afirmación polémica por mi parte, que necesitaría de un mayor desarrollo.

[14] Me remito de nuevo a la tesis de doctorado de Kim Allen, de próxima publicación; en particular la manera en que trata el aumento de la cobertura económica para las academias de Bellas Artes, la educación en artes escénicas y *media arts* en todos los sectores del sistema educativo británico.

[15] Véase <http://www.scottish-enterprise.com> [NdE].

[16] Véase *supra*, nota 4 [NdE].

[17] *Government and the Value of Culture*, Department for Culture, Media and Sport, 2004.

[18] Richard Sennett, *La nueva cultura del capitalismo*, Anagrama, Barcelona, 2006.