

DT

Documentos de Trabajo

Nº 84

Diciembre 2020

LA DIMENSIÓN SIMBÓLICA DEL TRABAJO CREATIVO

Ana Wortman
Eugenia Correa
Martín Ianni
Matías Romani
Guillermo Quiña



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES

IGGIGINO
GERMANI

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
IIGG | **GINO**
GERMANI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Instituto de Investigaciones Gino Germani
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires
Ciudad de Buenos Aires, Argentina

www.iigg.sociales.uba.ar

Los Documentos de Trabajo son informes o avances de proyectos de investigación de investigadores formados y de grupos de investigación. Todos los trabajos son arbitrados por especialistas.

ISBN 978-950-29-1887-7

Diciembre de 2020



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

LA DIMENSIÓN SIMBÓLICA DEL TRABAJO CREATIVO

Resumen:

A través de este documento de trabajo nos proponemos dar cuenta de los avances de la investigación “Impacto de las industrias creativas en la trama social. Nuevos estilos de vida urbanos y consumos culturales cosmopolitas” en términos cualitativos derivada de un Subsidio UBACYT 2018-2020. Los emprendedores del campo cultural y creativo constituyen un emergente del mercado laboral atravesados por las consecuencias de la flexibilización laboral, la presencia creciente de las nuevas tecnologías y las redes sociales, así como también por el surgimiento y expansión de nuevos saberes que instrumentalizan la acción cultural en términos de gestión. Frecuentemente, a este nuevo sector social se lo denomina acriticamente la clase creativa, concepto derivado de Richard Florida, con el cual dialogamos a lo largo del documento. Las dimensiones de las entrevistas en profundidad y focus groups constituyen la base de la elaboración de conceptos. El aporte de los entrevistados y la lectura de bibliografía actualizada en torno al problema determinan los ejes del documento, a partir de los cuales nos proponemos abordar la dimensión simbólica de la actividad laboral de la clase creativa.

Palabras claves: trabajo cultural, flexibilización laboral, nuevos estilos de vida, estetización, nuevas desigualdades, creatividad como nueva hegemonía, dimensión simbólica.

THE SYMBOLIC DIMENSION OF CREATIVE WORK

Abstract:

The purpose of this document is to share the preliminary results of the research so called The impact of creative industries in social fabric. New urban lifestyles and cosmopolitan cultural consumptions in qualitative terms to the academic audience. Young cultural management generates a new dimension of work market which shows the consequences of labour flexibility, the increasing presence of new technologies and social networks, as well as the constitution and expansion of new knowledge, expertises, practices and intelligences that lead cultural action in management terms. Frequently this new social group is called in no critical terms, *creative class*, concept proposed by Richard Florida Along the different parts of the document, the authors argue with the uses of the concept. The dimensions of the in-depth-interviews, focus groups and new bibliography studied along last year referred to the conceptual frame.

The problem of the research which conform the background of sequential parts of this report will show us the symbolic dimension of creative work.

Key words: cultural work, flexibilization, new urban lifestyles, aestheticization, new inequalities, symbolic dimension.

LAS/OS AUTORAS/ES

Ana Wortman - aewortman@gmail.com

Socióloga (UBA) Maestría en Ciencias Sociales FLACSO BsAS Dra en Ciencias Sociales UBA. Investigadora del área de Estudios Culturales del IIGG FSOC Profesora Sociología contemporánea FSOC y Sociología de la Cultura FCE UBA

Eugenia Correa - eugeniacorrea@sociales.uba.ar

Socióloga (UBA). Doctora en Ciencias Sociales (UBA) y Magíster en Sociología de la Cultura (IDAES-UNSAM). Investigadora Adjunta del CONICET en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA). Coordinadora del Grupo de Estudios de Diseño y Sociedad en este Instituto.

Martín Ianni - ianimartinezequiel@gmail.com

Sociólogo (UBA). Maestrando en Comunicación y Cultura (UBA). Investigador auxiliar en el Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA).

Matías Romani -romani@cbc.uba.ar

Sociólogo (UBA). Maestrando en Comunicación y Cultura (UBA). Investigador en el Instituto de Investigaciones Gino Germani. Profesor en el Ciclo Básico Común (UBA)

Guillermo Quiña - guillermoquina@conicet.gov.ar

Sociólogo y Dr. en Ciencias Sociales (UBA). Investigador Adjunto del CONICET en el Instituto de Investigaciones en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio -IIDyPCa- (CONICET/Universidad Nacional de Río Negro). Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-5291-2173>

Índice

Introducción	1
La forma emprendedora del trabajo creativo	7
El emprendedorismo como representación de lo creativo	8
La dimensión económica de la creatividad emprendedora	11
Potencias y limitaciones del trabajo creativo	18
Consagrados, precarizados y amateurs. La lógica social del trabajo cultural	20
Los consagrados	22
Los precarizados	26
Los amateurs	31
Consideraciones finales	35
Creatividad e innovación en los emprendimientos creativos. Percepciones de sus protagonistas	36
Sobre el concepto de creatividad	36
Crear(se): cómo se piensan los trabajadores creativos	38
Innovación como proceso creativo	43
Trabajo colaborativo y cooperativo en la economía creativa	46
Reflexiones finales	47
Tiempo, espacio y usos de la ciudad ¿hacia nuevas estructuras?	49
La ciudad	52
El tiempo único	54
La clase creativa en las redes sociales de Internet. De las miradas celebratorias y el “ <i>mal necesario</i> ”, a las constantes notificaciones y el entrelazamiento vida personal-vida laboral	56
Introducción	56
Redes sociales y emprendimiento creativo. Nuevos aprendizajes y estrategias en épocas de web 2.0	57
La conformación del perfil, reciprocidad entre plataformas y re-direccionamiento de contenidos	59
Las Redes sociales: un acontecimiento (in) deseable	61
Miradas celebratorias: vínculos digitales y democratización de la cultura	62
Miradas críticas: Las Redes sociales como un mal necesario	63
Las plataformas: entrelazamiento de la vida laboral y la vida personal	66

La forma emprendedora del trabajo creativo

Guillermo Quiña

La emergencia y consolidación de una retórica en torno del trabajo y las industrias creativas, en especial en los últimos quince años, se ha desplegado en toda América Latina, en articulación con la progresiva constitución de la cultura como una promesa de aliento a las economías locales y regionales, en espera de promover el empleo, la diversidad cultural y el fortalecimiento de lazos sociales y comunitarios. A la vez, ello pretende incentivar la integración digital a partir de la renovación tecnológica que su actividad moviliza, frente al panorama de desigualdad, desempleo, extranjerización de la economía y creciente individualismo generado por las políticas liberales de los años noventa implementadas en la región. Esto ha atravesado representaciones e imaginarios en la esfera cultural sobre la actividad artística y creativa, esto es, sobre el trabajo propiamente cultural o, para decirlo en sus propios términos, creativo, pese a que ampara grandes desigualdades en términos laborales tanto a escala local como global (Miller, 2018). Entendemos que los modos en que se representa ese hacer, sus dimensiones económicas, laborales, organizativas, empresariales, entre otras, por parte de quienes lo llevan a cabo, integran lo que, en términos de Williams (1980), podríamos definir como la construcción de una novedosa estructura de sentimiento respecto del trabajo cultural y creativo.

Nos referimos con ello a todo un conjunto de representaciones en torno a las libertades, el emprendimiento individual, la vocación, la flexibilidad en jornadas laborales, la realización y crecimiento profesionales, la movilidad, el trabajo asociativo y/o colaborativo, la autonomía, el riesgo y el goce, entre otros aspectos relacionados no sólo con la naturaleza del trabajo cultural en cuanto actividad creativa sino con los modos que asume bajo su organización capitalista actual en términos de flexibilidad, precariedad y desregulación de sus condiciones laborales.

En este apartado interpretamos estas representaciones e indagamos las realidades concretas de su despliegue, en pos de analizar la (velada) articulación entre ambas que procura erigirse como naturalización de un estado histórico de cosas, pese a que constituye un escenario de tensiones y conflictos. Con ello esperamos contribuir a la comprensión de un proceso social que erige al trabajo cultural y creativo como una actividad que no puede sino realizarse bajo las condiciones que impone el nuevo orden capitalista global, entendido no como una relación social sino como un mero momento del desarrollo histórico mediante nociones como la sociedad de la información, del conocimiento o de las nuevas tecnologías digitales.

Esto implica el despliegue de un enfoque crítico que no se vea tentado de rechazar *prima facie* al trabajo creativo y, en particular, los sentidos que anima en términos laborales (la realización de sí mismo, el crecimiento profesional, la importancia de la propia satisfacción, las retribuciones no monetarias, entre otros) como una construcción ideológica, sino de recuperarlos en términos de la importancia que en el actual despliegue de las industrias creativas tienen las condiciones laborales adecuadas

tanto para el sostenimiento de su propia actividad como para el de quienes viven de su trabajo en el sector cultural.

Para ello, en las entrevistas abordamos especialmente las dimensiones vinculadas con el trabajo, los ingresos y las metas profesionales, movilizándolo una perspectiva interpretativa propia de la sociología de la cultura, pero asimismo recuperando el enfoque de los estudios culturales y la sociología del trabajo para analizar su inscripción en procesos de mayor alcance y complejidad.

El emprendedorismo como representación de lo creativo

Uno de los aspectos centrales que nos interesa analizar concierne a los modos en que es representado el trabajo creativo por parte de sus actores, esto es, de quienes llevan a cabo las actividades en él comprendidas. Desde nuestro punto de vista, es una cuestión clave del problema que el abordaje crítico no puede omitir sin menoscabo de la comprensión de las complejidades que allí se despliegan, pues constituyen un verdadero contrapeso de los elementos “objetivos” o materiales de las condiciones laborales de las industrias creativas.

Es necesario reconocer que existe en los últimos quince años una creciente apelación a la iniciativa individual y privada en el ámbito de las industrias creativas, aún así planteada desde las políticas públicas hacia el sector, como clave para el crecimiento y desarrollo de estas industrias. La noción que ha logrado condensarlo es la de emprendedorismo, erigiéndose como modalidad organizativa legítima y potente para el despliegue de la producción cultural y creativa en un contexto global signado por las nuevas tecnologías. Esta construcción se invoca permanentemente como alternativa a la contratación “clásica” de la fuerza de trabajo bajo la modalidad salarial entendida como actividad laboral regulada en sus jornadas, ingresos, estabilidad, vacaciones, etcétera, la cual se señala como inadecuada a los nuevos tiempos de la digitalización y los mercados globales, y entorpecedora del dinamismo y la potencia creativa (Quiña, 2017).

La figura del emprendedor, como plantea Rowan (2010), no es ideológica ni políticamente neutra sino que, por el contrario, reproduce en idea la relación social capitalista a partir del rol del capital individual, esto es, del productor privado de mercancías, como agente innovador y clave para el desarrollo económico. Si bien Schumpeter introdujo ese concepto en el campo de la economía hacia principios del siglo XX para aludir a un rol específico en el proceso de producción capitalista, su utilización y el sentido que asume en los últimos años ha mutado respecto de ese origen, si bien en términos genéricos puede identificarse un componente de innovación³ e individualismo como clave de lo que se entiende hoy por esta noción. A ello debe agregarse, por otra parte, un conjunto de discursos en torno del autocuidado, la auto-ayuda, la individualidad y toda una retórica de la nueva espiritualidad de los que se nutren las formas ideales del capitalismo actual, en cuyo marco se

³ El concepto de innovación es abordado con mayor detalle más adelante, en el apartado “Creatividad e innovación en los emprendimientos culturales”.

pretende inscribir al emprendedor como figura inicial de una promesa de desarrollo y crecimiento económico y personal.

Con todo, existen distintos elementos de ese llamado emprendedorismo que resulta necesario identificar e interpretar para comprender los sentidos que las actividades desplegadas en el trabajo creativo movilizan para sus actores.

En las entrevistas realizadas pudimos advertir que el movimiento y la proactividad permanentes se reconocen como una característica del carácter emprendedor; en particular, de su capacidad para construir entramados y fortalecer relaciones, en ausencia de redes y vínculos formalizados o establecidos. Así lo narra una de nuestras entrevistadas, quien se dedica a dictar y organizar talleres de yoga: “en mi día a día tengo muchas reuniones, encuentros con personas ya que soy emprendedora, me toca estar generando relaciones todo el tiempo” (CN).

Asimismo, este movimiento asume incluso un sentido espacial en la medida que la actividad misma requiere trasladarse de un lado a otro, lo cual era planteado del siguiente modo por una gestora cultural y organizadora de eventos de lectura y poesía:

últimamente laburo en diferentes lugares, para trabajar en (...) y para escribir las notas en general las hago en mi casa, en la compu o me voy a otro lugar a trabajar, y después cuando tengo que organizar un ciclo, cosas así, mucho laburo lo puedo hacer en el bondi, subiendo el flyer o qué sé yo, pero después tengo que estar en el lugar una hora antes para ayudar a alguien a montar una obra, o chequear que el proyector funcione bien y después estar ahí, pero varía mucho (VR).

Esa exigencia de movimiento, por otra parte, constituye también un posible obstáculo para los aspectos más estables y asentados de la tarea creativa, como la organización de un espacio físico para desarrollar comercialmente una actividad. Una artista plástica que además se dedica al tatuaje, nos confió que “quise poner un local de tatuaje con mi hermano, estuvo el proyecto dando vueltas, no lo quisimos poner porque es mucha plata, pero me ata mucho si yo quiero viajar y moverme” (DF).

Por su parte, el espacio personal es una clave del emprendimiento, precisamente aquella que lo habilita como estrategia de desarrollo y crecimiento individual y profesional, para lo cual se nutre de una cierta retórica del management y el marketing en la movilización de herramientas que pretenden apuntalar al sujeto individual como albergue natural de la actividad emprendedora. El emprendimiento individual, de esta manera, no es sólo una elección de un modo de organizar la propia actividad creativa, sino que se representa como una estrategia de construcción del sí mismo, donde se juega no sólo el éxito económico sino principalmente la realización personal, como se evidencia en el siguiente testimonio:

también estoy desarrollando mi marca personal que empecé a trabajar este año, que yo estaba trabajando mucho en mi emprendimiento y ponía toda mi energía ahí, y este año empecé a querer darle más forma y más importancia a mí como persona, como profesional (CN).

La alternativa emprendedora debe reconocerse asimismo como parte de un camino hacia la autonomía y la independencia, incluso allí donde se sostienen valores cooperativos distantes o aún contradictorios con los que encarna el emprendedorismo. Éste se inscribe, de tal manera, en un recorrido personal de formación y crecimiento individual que logra encauzar el propio deseo, como afirma una gestora y activista cultural de la zona sur del conurbano bonaerense respecto de su futuro imaginado: “yo me imagino trabajando de manera autónoma, independiente, autogestiva, colectiva, laburando en la productora, viviendo en la productora” (AL).

En ese camino, el emprendimiento se constituye en una suerte de primer momento o etapa que dará, en un futuro y como resultado de ello, mayores réditos, que resulten suficientes para sostener la propia actividad; esto es, un crecimiento, si se quiere, de tipo empresario que se derivará de ese carácter emprendedor. El emprendedorismo, en esta dirección, es una suerte de apuesta a los tiempos por venir; en palabras de una de las entrevistadas, “una construcción a futuro para poder sostenerme (...) yo también estoy emprendiendo por otro lado (...), desarrollando por otro lado para poder vivir dentro del ámbito del yoga” (CN).

El despliegue de ese recorrido como crecimiento empresarial implica el reconocimiento de un sacrificio de carácter individual, que acompaña y sostiene el ejercicio emprendedor. Pues ese camino supone postergaciones y esfuerzos no sólo económicos sino también personales y afectivos, con lo cual se involucran dimensiones que exceden la mera organización de una actividad laboral. Un músico y realizador audiovisual que además se desempeña como gestor cultural, lo planteaba de esta manera:

me encantaría poder, como quien diría, vivir (de) la música y lo audiovisual, claramente me encantaría, y creo que se puede. Considero que se puede, pero es un laburo que lleva años y mucho amor sobretodo, dedicación, voluntad e inversión; de tiempo también (JN).

Asimismo, advertimos un último grupo de sentidos en derredor del disfrute y el goce que Tokumitsu (2015) concibe como un mandato de “do what you love” (haz lo que amas) y su contraparte “love what you do” (ama lo que haces), más allá de la actividad cultural o creativa en particular. Aquí nos encontramos con una resignificación del ejercicio creativo, asumido como trabajo, pero donde el carácter laboral se anuda a la dimensión del disfrute y el placer, llegando acaso a constituirse en un medio para alcanzarlos. Esto pudimos advertirlo en múltiples testimonios, aunque acaso es el de una tallerista de arte y maquillaje el que permite reconocer cuán importante es el propio goce en la actividad:

entré por primera vez a un instituto ayudándola a ella para hacer unos maquillajes para unas fotos que tenían que hacer una fotonovela (...) fue como “ah, esto esta buenísimo”, fue como viste esa cosa de dejar los prejuicios afuera y esto me encantó. Los chicos son geniales, o sea son receptivos y bueno, dije “esto me gusta (JL).

La apelación al placer y el goce individual resulta clave en la medida en que permite alejar al trabajo creativo de una actividad cuyo fin es meramente la obtención de

medios de vida y oficio de plataforma para lo que se entiende como “retribución simbólica”, que abordaremos más adelante.

Este conjunto de representaciones desplegadas en torno a las distintas aristas de la actividad creativa conforma lo que entendemos como un contrapeso de las condiciones materiales de trabajo mas no como algo valorable *per se* sino porque constituyen una estructura de sentimiento (Williams, 1980), entendida como modos de pensar y sentir el trabajo creativo, que posibilita el sostenimiento de las materialidades bajo las cuales se despliega su modalidad emprendedora, resignificando muchas de sus características.

De este modo, la movilidad, el espacio personal, la autonomía, el sacrificio y el goce individual son articuladas bajo la expectativa de que un emprendimiento constituye, en mayor o menor medida, una posibilidad de realización futura así como a la vez un ámbito de crecimiento individual, un ejercicio de realización personal y goce presente. En este sentido, se establece un punto de encuentro con lo que advierte Rowan (2010) acerca de esta noción como mito de origen del productor privado e independiente de mercancías, del emprendedor como empresario en potencia, cuando la escala de su capital no le permite aún realizar inversiones en maquinaria o infraestructura (capital constante) ni contratar fuerza de trabajo (capital variable), requiriendo del uso de la fuerza de trabajo propia y en no pocas ocasiones de su propia vivienda como locación de la actividad para el sostenimiento del proceso de acumulación. Sin embargo, no sucede necesariamente desconociendo la realidad de su materialidad, sino que esas limitaciones son contempladas y balanceadas con un conjunto de valoraciones del trabajo creativo emprendedor, centralmente ancladas en la individualidad de quien lo lleva a cabo y en mayor o menor medida distanciadas del reconocimiento de que, como indica Oakley (2014), se trata de una forma obligada de contratación de trabajadores que deben entenderse más como emprendedores forzados que como capitalistas emergentes, lo cual abordamos a continuación.

La dimensión económica de la creatividad emprendedora

Las expectativas depositadas en las industrias creativas respecto de contribuir a la diversidad cultural local, generar empleo, brindar oportunidades de inclusión y motorizar el desarrollo social y económico de ciudades, regiones y países, distan notablemente de las condiciones concretas de trabajo efectivas en las que se despliegan las actividades creativas. Los emprendedores creativos constituyen una porción de la fuerza de trabajo cultural que, si bien no resulta excepcional, guarda un conjunto de particularidades que resulta necesario detectar y analizar a efectos de comprender tanto aquello que comparte con fracciones de trabajadores de otros sectores económicos, así como lo que la distingue incluso en términos económicos. Para abordarlo, es necesario atender en lo empírico a las condiciones de trabajo y de vida concretas de quienes comprenden el conjunto de emprendedores creativos.

En primer lugar, hay dos elementos que se encuentran plenamente extendidos como característicos del trabajo creativo: la multiplicidad de las tareas y la variabilidad de días y horarios de trabajo.

Por un lado, la realización de múltiples tareas por una misma persona o el llamado *multitasking* es una realidad ampliamente difundida tanto por el carácter muchas veces artesanal de la pequeña escala (quien realiza una producción artística o cultural hace a su vez su promoción, difusión, venta, etcétera) como en particular por la forma emprendedora que asume. Pues constituye un conjunto de tareas cuya realización, aún cuando no se cuente con la formación o especialización adecuada para ellas, no puede encargarse a terceros en virtud de la limitación de recursos del emprendimiento. Como nos indicó una de nuestras entrevistadas, “yo hago también toda la parte de producción, grabación, edición (...) es parte de mi rutina” (CN).

Por otro lado, la inexistencia de una semana de trabajo regular o pautada en sus días y horarios es otra realidad común de los trabajos creativos, vinculada asimismo con la gestión del tiempo⁴, en relación con la libre elección de las jornadas de trabajo. Lo que nos resulta oportuno contemplar aquí es la articulación entre dicha flexibilidad y la existencia de otras actividades laborales, mayormente regulares, que ocupan franjas horarias ya estipuladas y de cuyos ingresos depende en gran medida el sostenimiento de la actividad creativa, como es el caso del músico antes referido: “salvo que caiga un feriado -que también tengo que trabajar-, al tener liberada la semana puedo dedicarle bastante tiempo a mis otras actividades” (JN).

La articulación con esas otras fuentes de ingresos descansa en otro elemento central que no por conocido resulta menos importante: la escasa obtención de recursos a través de las actividades creativas, cuyos ingresos por lo general no logran satisfacer las necesidades no sólo de la persona que las realiza y su núcleo familiar, sino incluso las generadas por la misma actividad creativa. Tal es la realidad de la gestora y activista cultural entrevistada:

no puedo vivir con tres mil pesos (...) los impuestos y todos los gastos generales que tengo sería imposible sortearlos solamente con el laburo remunerado que me dan en este espacio (...) hoy en día no podemos enfrentar el costo de los puestos de trabajo que hacen funcionar el espacio (AL)

Esta realidad se entiende como algo propio del sector y la pequeña escala en que intervienen, en tanto se reconoce que en otras condiciones de formalidad ese trabajo tendría otros costos, según lo planteaba un entrevistado:

(...) se está trabajando de una manera la cual nos podían pagar algo de plata, la verdad que no fue nada, si nosotros tuviéramos que haber cobrado lo que valía hoy por hoy, legalmente hablando, lo que valía nuestro laburo audiovisual y de fotografía, no nos hubiesen podido pagar; es real, eso también habla de lo que uno valora y lo que uno entiende en el ámbito que se mueve, cobramos nada (JN).

En concreto, se trata de actividades que no generan retribución suficiente pero que aun así son mantenidas por quienes las desempeñan. Estas realidades evidencian particularidades que es necesario atender, en especial respecto de lo que se conoce

⁴ La gestión del tiempo en el sector creativo es abordada con detalle en el apartado “Tiempo, espacio y usos de la ciudad: ¿hacia nuevas estructuras”.

como “retribución simbólica”. En un contexto de precariedad y donde el establecimiento de vínculos y redes con clientes, colegas y otros actores ya mencionada en el apartado anterior forma parte central del trabajo, la retribución puede aceptarse en esa moneda de cambio. El mismo entrevistado nos indicó haber experimentado eso tras ser invitado en eventos específicos, pues en ocasión de llevar a cabo distintos trabajos, su remuneración “no se tradujo en dinero físico pero sí se tradujo en otros recursos que son igualmente valiosos” (JN).

Esta retribución simbólica se debe comprender en relación con los sentidos antes señalados respecto del trabajo como placer y gozo, mas no meramente como mandato hegemónico extraño sino como un modo de pensar y sentir el ejercicio creativo; esto es, sosteniéndose en una estructura de sentimiento que atraviesa la vivencia de la actividad creativa por parte de quien la lleva a cabo y la resignifica. Esto nos decía quien es profesor de teatro y canto desde hace varios años:

cuando estoy haciendo clases o haciendo alguna obra por más que me dé chirolas (N. del A.: muy poco dinero) y yo tenga que comer arroz toda la semana no me importa. Porque mi cuerpo es feliz y mi espíritu está alto y tengo una sonrisa en la cara y es lo que me gusta hacer (LN).

Por otro lado, no por ello este aspecto está exento de tensión, en particular cuando se trata de quienes arrastran cierta trayectoria de trabajo o formación y han experimentado la postergación salarial bajo la excusa de la retribución simbólica. Nótese el testimonio dado en uno de los grupos focales por una actriz con varios años de trayectoria respecto del ofrecimiento a participar de una obra teatral sin remuneración por ello, pese a realizarse en una de las salas de mayor tamaño de la ciudad:

la otra vez me llamó una amiga por una obra que iban a hacer en el (Teatro Municipal General) San Martín, una semana, todo gratuita, pero el año que viene capaz la hacen de vuelta. Estoy harta del ‘capaz te ven’...es una semana que pierdo, hice 4 años de carrera y quiero comer de esto (Grupo focal 1).

La retribución “simbólica” es, según lo advertido en nuestro trabajo de campo, una condición del despliegue del trabajo creativo, aunque existen divergencias en su aceptación en distintos momentos y situaciones personales, pese a lo cual no deja de constituir una realidad extendida en la prácticamente totalidad de las actividades relevadas. Asimismo, es necesario comprender su posibilidad material de existencia a partir del flujo de recursos derivado de otras ocupaciones propias o bien de familiares o convivientes con quienes se comparten los gastos que requiere el propio sustento.

A este respecto, es esperable que cuando se modifique el esquema de gastos (tal como se podría esperar, por ejemplo, con el surgimiento de responsabilidades parentales de crianza y educación) o bien su posibilidad de compartirlos (por caso, cuando se alcanza la independencia del núcleo familiar o ante la separación de una pareja cuyos miembros aportaban a una olla común), tienda a reducirse la proporción de “retribución simbólica” en la propia actividad creativa o, al menos, se manifieste como un aspecto en disputa, como se ve en el último testimonio.

Por su parte, el crecimiento del sector cultural y creativo durante los últimos veinte años ha sido desplegado bajo amplias y heterogéneas condiciones de informalidad, aunque debe notarse que ello no es privativo de este sector ni tampoco del período en cuestión. En este contexto, el impulso que recibieron las llamadas industrias creativas en años recientes no ha sido ajeno a esos fenómenos sino que, por el contrario, se ha nutrido de un marcado rechazo a la relación salarial y una erección del trabajo autónomo e independiente como modalidad de virtuosa para las actividades culturales y creativas, lo cual se muestra como contracara de procesos de flexibilización y precarización laboral pero particularmente despliega múltiples variantes de informalidad.

Una de las más recurrentes es la que se ampara en la figura del monotributo⁵, como provisión de servicios a terceros, lo que en la práctica implica un desconocimiento de la relación laboral y, por tanto, de los derechos laborales de los trabajadores quienes, en esa situación, no sólo se encuentran ante la ausencia de garantía de ingresos mensuales, sino que deben asumir de modo privado e individual las obligaciones tributarias, el seguro social y sanitario para sí mismos y sus familias.

Esta circunstancia se ha masificado y popularizado de tal modo que gran parte de quienes se han incorporado al mercado de trabajo en los últimos veinte años no han experimentado otra modalidad de contratación, como es el caso de LR., quien es realizadora audiovisual y montajista independiente:

nunca he tenido un trabajo en blanco y de hecho no conozco a alguien que tenga un trabajo en blanco, quizás gente que trabaje en la televisión sí, porque bueno, las cadenas de televisión tienen otra legalidad, pero en general no, la mayoría de la gente que yo conozco que trabaja de esto es monotributista o no tiene directamente nada y es todo en negro, y no tenés un papel que certifique nada (LR).

También debe tenerse presente que este fenómeno se acompaña del pluriempleo propio del trabajo cultural en los últimos tiempos (Throsby, 2008), aunque no sólo comprendiendo trabajos “no creativos” sino incluso en propio sector cultural y creativo, como dinámica específica de tercerización del sector.⁶ CN nos refería lo siguiente: “soy independiente, soy monotributista, genero mis propias facturas para algunas empresas con las que trabajo, por ahora yo no tengo empleados” (CN).

⁵ El Monotributo (“régimen simplificado para pequeños contribuyentes”) es una modalidad de registro impositivo para el trabajo autónomo que rige en Argentina desde 1998 y, en el contexto liberal de esa década, en poco tiempo se convirtió en una herramienta de precarización e informalización laboral, ofreciendo asiento formal a procesos de terciarización tanto en el Estado como en el sector privado (Neffa et al. 2010; Poblete, 2015) y constituyéndose en condición de contratación para cientos de miles de empleos que, en esa forma, eludían las obligaciones impositivas patronales e invisibilizaban la dependencia laboral.

⁶ En el siguiente apartado Romani ofrece una caracterización de las lógicas sociales que atraviesan el trabajo cultural a partir de las realidades laborales que tienen lugar en los diferentes casos indagados, contemplando el pluriempleo y otras especificidades del trabajo cultural.

Aquí, se trata de una externalización de procesos de trabajo que obliga a quienes participan de ellos a constituirse en proveedores de servicios culturales o creativos y, en virtud de la irregularidad e inestabilidad del vínculo, a establecer múltiples “clientes” de sus servicios.

Existen, asimismo, diferentes representaciones y vivencias que contribuyen a que estas circunstancias no sean experimentadas como una mera precariedad laboral, una de las cuales es la “colaboración”.

En efecto, uno de los eufemismos más utilizados para referir un vínculo laboral flexible es el de “colaboración”. Si bien esta apelación tiende a inscribirse en lo que puede denominarse economía colaborativa, capitalismo digital o “de plataformas” (Srnicsek, 2016), refiere prácticas laborales formalmente no asalariadas e incluso, en el ámbito de la cultura, no necesariamente laborales y, por tanto, remuneradas. Uno de los entrevistados asumía a la colaboración como un tipo de vinculación no estrictamente laboral aunque pudiera abrir, en el futuro, posibilidades para ello:

las invitaciones a colaborar y a trabajar en otros espacios, de hecho, a mí me invitaron a cubrir en otros espacios en otros momentos, fui, colaborando, y eso habla de que lo que a veces no se traduce en algo económico, se traduce en laburo, en prácticas, en que te conozcan (JN).

En términos de condiciones de trabajo lo que se entiende como “colaboración” en el ámbito del trabajo emprendedor implica en verdad exigencias que son propias de una relación de jefatura, si bien se reconocen en un plano de reciprocidad y como “favores”. En otras palabras, la relación laboral en el emprendedorismo, aunque formalizada como relación comercial y representada como una relación social “humanizada”, se inscribe de lleno en los procesos de tercerización y flexibilización laboral, lo que impacta sobre las condiciones concretas de quienes allí se desenvuelven, aunque no se trate de quienes se reconocen como “emprendedores” sino de aquellos cuyo trabajo lo posibilita. Una entrevistada que se dedica al rubro de la indumentaria nos contaba que la exigencia que ella tiene en ocasiones hacia quienes cosen o confeccionan las prendas que luego vende, se ven compensadas por su disposición a atender y acompañar sus necesidades como, por ejemplo, el acceso a cobertura médica o el usufructo de una licencia por cuidado de un familiar enfermo. Reproducimos sus palabras pues ilustran de manera categórica lo señalado:

todos los talleres con los que trabajo -que muchas veces son independientes, o sea que no están en las fábricas, sino que trabajan en sus casas- y con ellos tengo un trato diario y concreto de una relación laboral que es de mucha cooperación, porque así como yo a veces ‘necesito que me ayudes, necesito que me hagas esto para mañana porque me lo pidió una clienta’, ellos también cuentan conmigo si se enfermaron o la hija tal cosa, y siempre es una actitud de obviamente mucha tolerancia con eso (RT).

En otros términos, la relación propia de una informalidad laboral que hace a la condición precaria del trabajo creativo, puede ser en parte interpretada como un vínculo que rescata lo humano, lo cual no difiere por otra parte de la realidad del trabajo precario en otros rubros de la economía como el trabajo rural, en los cuales los

trabajadores sin obra social acceden a la atención médica suya o de un familiar cercano gracias al “favor” del patrón que paga ese gasto de su propio bolsillo, con el dinero ahorrado al evitar las cargas sociales manteniéndolo en la informalidad.

Otra de las formas de “colaboración” es sencillamente el establecimiento de una sociedad no formalizada, aunque con grados de libertad mayores que la anterior, pese a que pueda haber diferencia en la escala y, por tanto, en el poder negociador de cada parte. Por caso, las llamadas “alianzas” como forma de trabajo colaborativo, una suerte de sociedad no reconocida como tal, lo que se asemeja a los emprendimientos específicos de varios compañías o socios empresariales conocidos como *joint venture* en el mundo de los negocios, se presenta como alternativa flexible para llevar a cabo actividades que exceden las propias capacidades de producción y cuya resolución mediante la contratación de fuerza de trabajo bajo la modalidad salarial resultaría demasiado onerosa. Esta forma, nuevamente, se reconoce como parte de lo creativo, como lo planteaba una de las entrevistadas: “estoy trabajando con otras personas, que yo en vez de pasarles un fijo voy a pasarles un porcentaje de mis ganancias, eso serían las alianzas. (...) Creo que eso también es parte de los trabajos creativos” (CN).

Ahora bien, las realidades laborales empíricas descriptas merecen comprenderse en el contexto de las condiciones de vida concretas de quienes sostienen mediante su trabajo a los emprendimientos creativos, pues en ellas se encuentra un apoyo material fundamental para su sostenimiento.

En primer lugar, los testimonios recogidos nos han permitido reconocer un conjunto de condiciones de vida que resultan determinantes en el surgimiento y sostenimiento de los emprendimientos creativos. Estas comprenden necesidades tan básicas como la vivienda y la alimentación, así como otras vinculadas a la disponibilidad de espacio físico y movilidad que pueda ser ocupada en la actividad creativa. Con respecto a las primeras, si bien puede parecer un punto de partida elemental y obvio, la satisfacción de la necesidad de vivienda y de la alimentación (más aún cuando se tiene responsabilidades parentales) puede requerir una cantidad de recursos muy valiosa, en particular cuando el emprendimiento creativo se encuentra en estado incipiente y es, por tanto, incapaz de generar los recursos para atenderlas.

En el caso de una entrevistada que vive en casa de un familiar, el hecho de no tener que pagar el alquiler mensual implica una liberación de recursos que favorecen la continuidad de su trabajo creativo. Según nos contaba, “no pago alquiler. Yo vivo en lo que era la casa de mi abuela, acá, cerquita, no acá. Eso hace que no tenga un alquiler, que ya es una ventaja” (AL).

Incluso una entrevistada rescataba como determinante la convivencia con un familiar cuyos ingresos atienden tanto la vivienda como la alimentación, al reconocer la imposibilidad económica de lograrlo mediante la propia actividad:

vivo con mi papá, y puedo vivir en un departamento y comer porque él me banca, me estoy empezando a generar mi ingreso que por ahora no pasa de promedio de 8 mil, 10 mil pesos por mes, creo que lo estoy haciendo por suerte con el apoyo de mi familia (CN).

Su realidad no es muy diferente respecto de otro entrevistado, quien reconocía asimismo que la localización de su residencia también facilitaba el sostenimiento de su actividad:

nos acoplamos bastante con mi vieja en ese sentido, vivimos solos (N. del A.: juntos), no tengo que gastar en los habitacional y por ahí no tanto en comida, y el barrio es más barato que vivir en Capital o en el centro de Lomas (de Zamora, localidad de la zona sur del conurbano bonaerense), entonces eso ayuda (JN).

En otras palabras, la actividad creativa se sostiene en parte gracias a una transferencia de recursos del núcleo familiar destinada a cubrir necesidades básicas que de otro modo exigirían la realización de tareas mejor remuneradas y, por tanto, la postergación o abandono de la actividad creativa.

En segundo lugar, cuando no se cuenta con la ventaja de compartir la vivienda u otros gastos con el grupo familiar, esas necesidades son cubiertas mediante la actividad laboral en otros rubros bajo modalidades más formalizadas y con ingresos regulares, estables o simplemente mayores, por lo general de tiempo parcial, que a su vez pueden proveer seguro social y cobertura de salud, algo difícil de alcanzar en el sector creativo. De esto son plenamente conscientes quienes se dedican a ello, como lo reconocía la gestora y activista cultural entrevistada: “(...) no puedo vivir con tres mil pesos que casi, se gastó. Entonces no puedo, sería imposible. Hoy en día sería imposible. Por eso tengo otro laburo...” (AL). Por su parte, otra de las entrevistadas rescataba la importancia de contar con una actividad que le garantiza un mínimo de ingresos: “el tatuaje me deja mucha más plata que la pintura en este momento, y es lo más parecido a un trabajo que es donde te manejas con un porcentaje, donde ganás cierto dinero, donde hay ciertas bases de precios” (DF).

Asimismo, la existencia de otras actividades laborales puede incluso considerarse perjudicial sobre la actividad creativa porque no permite dedicarse de lleno a ella: “el hecho de que a veces estemos trabajando en otras cosas o haciendo otras cosas por fuera para ganar el mango hace que descuidemos cosas acá” (AL).

Otra de las entrevistadas nos contaba a este respecto su sorpresa al advertir que en su actividad más formalizada como tallerista contratada por una Universidad Nacional no sólo realizaban sus aportes de seguridad social sino que le daban vacaciones pagas, un derecho del que jamás había gozado antes:

Esta vez mi laburo creativo está re en blanco. Legalizado. En las vacaciones yo dije, “guau, me están pagando” o sea, nunca me había pasado (...) Entonces en ese sentido gozo de esos beneficios que en el otro que soy monotributista no. Si fuese todo monotributista no podría, por ejemplo. Acá tengo como aportes (N.del A.: aportes de seguridad social); o sea, todo (JL).

La articulación entre varios rubros de actividad que permitan generar ingresos suficientes para la propia vida no es privativa del sector creativo, aunque sí merece destacarse que al desenvolverse casi enteramente bajo condiciones precarias e informales ello se vuelve en la práctica una necesidad cuando no se cuenta -de origen- con los recursos para mantener un trabajo incapaz de garantizar el propio sustento:

la gente tiene muchos trabajos, no solamente uno, como que es muy difícil tener uno que te alcance para todo, entonces sí, siempre estas como medio dependiendo de tener más de una cosa, o aparte si tenés algo fijo a veces de vez en cuando que surja algo eventual que también te agregue como un plus para poder vivir, (...) en este momento no puedo vivir de esto (LR).

En síntesis, tanto en el caso de la cobertura de necesidades como la vivienda, la alimentación o la atención de salud, entre otras, por parte del resto del grupo familiar como así cuando otros trabajos (creativos o no) proveen los ingresos necesarios para satisfacerlas, nos encontramos con un proceso de acumulación en una escala tan pequeña que no es capaz de reproducir el valor de la fuerza de trabajo que ocupa (aunque se limite a la del propio emprendedor creativo); esto es, de retribuir en cantidad suficiente a quienes trabajan en ello para atender sus necesidades materiales y simbólicas. Se puede advertir que en términos representacionales esto puede ser “compensado” en parte por una retribución “no monetaria”, pero la posibilidad para que ello ocurra descansa en el acceso a otras fuentes de recursos o satisfacción de las necesidades mencionadas.

En este marco, se vuelven centrales las circunstancias particulares de cada quien respecto dichos accesos, lo que configura limitaciones y condicionantes para la actividad creativa, así como de la medida en que pueda aceptarse la “retribución no monetaria”. Se entiende de este modo que en tanto y en cuanto las necesidades a satisfacer se complejicen y aumenten, tal como sucede cuando una persona en edad adulta decide independizarse en términos habitacionales o tener hijos, la posibilidad de sostener la actividad creativa dependa cada vez más de la “monetización” de su remuneración.

Esto configura una inequidad en el sector creativo que se encuentra en línea con la advertida en mercados europeos de mayor tamaño y complejidad (Oakley et al., 2017), aunque se requiere un abordaje cuantitativo de gran escala para advertir su extensión. Amén de ello, el efecto que lo descrito tiene atenta contra la pretendida generación de empleo e inclusión social de las industrias creativas, en la medida en que la circunscribe a quienes se encuentran en condiciones de aceptar esa “retribución no monetaria”.

Potencias y limitaciones del trabajo creativo

La aparente paradoja entre la adopción de un concepto como el de industrias creativas para desplegar políticas que busquen contrarrestar las consecuencias económicas, sociales y culturales de una serie de transformaciones en el capitalismo global (y regional) que específicamente dio lugar a su surgimiento, no puede sino comprenderse en términos de hegemonía. Nos referimos aquí a la ponderación de los elementos ya señalados como, por un lado, representaciones propias del trabajo creativo, como la autonomía, el crecimiento personal, el goce, el emprendedorismo, que dan sentido a, por otro lado, un conjunto de prácticas de explotación flexible contemporáneas para con quienes lo desarrollan como trabajo informal, no pago de horas extras, salarios por debajo del valor, remuneraciones “simbólicas”, inestabilidad y múltiples variantes de precariedad laboral, entre otras.

Ambas, representaciones y prácticas de lo que podemos denominar emprendedorismo creativo, se asientan y se inscriben en el mismo paradigma liberal cuyos efectos se buscaba paliar. De manera que, desde nuestro punto de vista, el trabajo creativo bajo su forma emprendedora cumple aquí una función reproductora del orden que sostiene y pregona dichas prácticas a la vez que contribuye a resignificar, mediante las representaciones que moviliza, la actividad desarrollada por los actores (y las actoras) como una en la cual puede desarrollarse, crecer y realizarse quien es capaz de sostenerla en esas mismas circunstancias. Ese conjunto de representaciones, por su parte, requiere ser reconocido en toda su extensión sin restarle importancia en la comprensión del fenómeno incluso en sus dimensiones laborales, en tanto habilita el despliegue de esas prácticas, constituyendo lo que Williams (1980) denomina una estructura de sentimiento, concebida como “pensamiento tal como es sentido y sentimiento tal como es pensado; una conciencia práctica de tipo presente dentro de una continuidad viviente e interrelacionada” (p. 155).

Esta conciencia práctica no es exclusiva del sector creativo, aunque es aquí donde parece expresarse más claramente el conjunto de construcciones y sentimientos en torno de la individualidad, la originalidad, el desafío, la movilidad y el riesgo propios del capitalismo contemporáneo. No sin tensiones, aunque aparecen de manera determinante en el fenómeno creativo local y en sintonía con lo planteado a escala global acerca del trabajo aspiracional e impago propio de las industrias creativas (Duffy, 2017; Neff, 2012). La posibilidad de que ello ocurra descansa en la satisfacción de ciertas necesidades básicas de quienes movilizan su fuerza de trabajo en el sector creativo, de modo tal que ésta parece constituirse en ámbito de apropiación del valor generado en otras ramas y/o actividades. En otras palabras, el sector creativo puede pagar a quienes trabajan en él ingresos que resultan insuficientes para satisfacer dichas necesidades en la medida en que otros miembros de la familia, el empleo no registrado y la venta de su fuerza de trabajo en tareas mejor remuneradas lo pueden compensar. Esto configura, sin embargo, diferentes lógicas y situaciones, lo cual es abordado en el siguiente apartado.