

## Índice

- 008 **Introducción**  
YProductions
- 016 **GPS de Producta50**  
YProductions
- 020 **La Marca y el Pasado: Estrategias de Lucha por el Espacio Social en la Barcelona Postindustrial**  
Mari Paz Balibrea
- 036 **De la planificación a las prácticas de producción metropolitana: dilemas políticos acerca de la generación de espacio público urbano**  
Jordi Bonet
- 046 **Los fabricantes de espectáculos del empleo discontinuo**  
Antonella Corsani
- 064 **Instinto Básico: Trauma y Re-atrincheramiento 2000-2004**  
Anthony Davies
- 080 **Mercados, Antimercados y la Economía de la Red**  
Manuel DeLanda
- 094 **La creación, la inteligencia, lo colectivo, zemos98**  
Pedro Jiménez
- 104 **El funcionamiento de los signos y de las semióticas en el capitalismo contemporáneo**  
Maurizio Lazzarato
- 118 **Haciendo y viviendo el negocio de Barcelona: espacio, valor y poder de la marca**  
Celia Lury
- 134 **Barcelona y la paradoja del barroco**  
Jorge Luis Marzo
- 144 **Hotel Barcelona**  
Donald McNeill
- 158 **¿El nuevo campesino cultural? Un retorno a la ‘Economía política del arte’ de Ruskin**  
Mao Mollona

- 170 **El lado oculto del consumo**  
Susana Narotzky
- 190 **La riqueza y la ciudad**  
Emmanuel Rodríguez
- 212 **In the Mood for Work**  
**¿Puede la representación alterar los procesos de  
valorización del trabajo cultural?**  
María Ruido+Jaron Rowan
- 224 **Arte y economía: la creación de valor en el capitalismo  
cognitivo**  
Enzo Rullani
- 246 **La Lucha Libre y la Identidad Nacional Mexicana**  
Adela Santana
- 258 **Estrategias creativas de patrimonialización de la identidad/  
La Marca País**  
Tristes Tópicos
- 262 **Marca País / MéXICO**  
*Único, diverso y más allá de la hospitalidad*  
Joaquin Barriendos
- 276 **Marca País / Chile**  
*All ways surprising*  
Cristián Gómez Moya
- 288 **Sostener el contacto. Hacer comunicativo en la atención  
domiciliaria**  
Cristina Vega Solís
- 304 **Fue cosa del mercado: (relato dilatorio - acción decisiva -  
tendencia disipativa)**  
Marina Vishmidt
- 316 **Cita con la realidad: ¿vivimos en un mundo inmaterial?**  
Steve Wright

008

YProductions<sup>1</sup>

# La crisis de YP (nunca fuimos hombres muy económicos)

*“La economía es un estudio de la humanidad en su actividad diaria, que examina aquella parte de la acción colectiva e individual directamente relacionada con la obtención y el uso de los requisitos materiales de bienestar”*

Alfred Marshall (1920)

*“Bienvenida a Barcelona, aquí no paga nadie”*

Alex Brahim (2006)

No podemos empezar esta introducción sin alertar a la lectora o lector que toda ella va a estar teñida por un estado de humor algo lóbrego que nos embarga mientras lo escribimos. YP está pasando su primer periodo de crisis económica. Esta depresión, este sentirse vulnerable frente a las abstractas leyes que rigen la economía, este sentir la amargura de no haber hecho bien los deberes puede resultar terriblemente debilitador, sobre todo para un grupo de personas ilusas que en su momento pensaron que era buena idea iniciar una empresa de producción cultural.

1. <http://ypsite.net>

Esta situación, empero, puede resultar en cierta forma positiva, como positivo puede ser caerse de la bicicleta por primera vez o ser víctima del timo de la estampita. A nosotras nos ha servido para detener algo nuestras máquinas, dejar la productividad de lado y reflexionar un poco sobre nuestra situación. Una de las primeras conclusiones a las que hemos llegado, y sin haber tenido que pensarlo mucho, es que nos lo hemos buscado. La segunda conclusión a la que nos ha costado un poco más llegar tiene que ver con algo que esperemos vertebrar el siguiente tomo: ¿cómo situarse dentro de un contexto económico cuando una no tiene como objetivo inmediato la acumulación de riquezas?. ¿Es posible situarse en un juego económico cuando una es consciente de que muchas de las decisiones que toma son poco racionales y tienen pocos visos de ser las más acertadas?.

No deja de ser anecdótico que seamos nosotras, quienes aún lamiéndonos las heridas tras unos meses de penuria económica, compilemos un volumen que va a hablar precisamente sobre economía de la cultura. Cuando aún estamos descubriendo cómo se calculan los márgenes de beneficio (y para nuestra sorpresa lo poco que hemos podido averiguar y calcular nos informa que nuestro beneficio, cuando existe, es muy escaso), nos hemos puesto como objetivo analizar e intentar investigar un poco más sobre un ente tan abstracto y tan poco delimitable como pueden ser los diferentes engranajes económicos de la cultura. Es por ello que de principio hemos de advertir a aquellas lectoras que busquen en el siguiente volumen una guía práctica para manejarse en la economía cultural o que busquen entre estas páginas trucos para pagar menos impuestos, o cómo hacerse rico con proyectos culturales o preocupaciones similares van a verse defraudadas. Buscamos con esta introducción abrir un campo de especulación capaz de incluir una serie de temas que son “menos económicos” si una se aferra a una acepción neoclásica de la economía, pero que no obstante, y a nuestro parecer, son indispensables si se tiene interés en entender las extrañas y complejas relaciones que se dan entre la esfera cultural y la económica.

Lejos de confinar el estudio de la economía a los departamentos de económicas, estadística, etc. lo que pretendemos con esta edición es indicar que si se quiere empezar a entender parte de lo que está ocurriendo en el panorama cultural contemporáneo y sus relaciones con la economía es necesario aproximarse al tema desde diferentes ópticas y perspectivas. Por ello son tan diversos los perfiles de las y los colaboradores del siguiente volu-

men, desde la filosofía, la antropología, la sociología a los movimientos sociales o los estudios culturales. Desde estas premisas, la lectora o lector de estas páginas se percatará que en todo el libro no va a aparecer una definición rígida de lo que significan la cultura ni la economía.

Aquellas personas que trabajan de forma habitual en la esfera cultural no podrán dejar de sonreírse al ver la facilidad con la que durante esta introducción se asocia la economía con la cultura. Los altos niveles de precarización que imperan en el ámbito, que van a analizar algunas autoras más adelante, hacen que una tenga que enfrentarse a una definición de la economía que no esté necesariamente asociada a los ‘dineros’<sup>2</sup>. A veces es complicado entender cómo una esfera como la de la producción cultural, y de forma más extensa, las industrias culturales, laureadas por muchos como “el futuro de la economía”<sup>3</sup>, puedan estar operando y basando su funcionar sobre unas condiciones de trabajo tan irregulares (por no usar un término mal sonante) y con una insuficiencia de medios tan evidente. Dado que esta es la situación, cabe preguntarse cuáles son las razones que mueven a las y los productores culturales a seguir trabajando cuando son conscientes de cuál es su verdadero techo de crecimiento económico (al que se llega con solo alargar la mano). ¿Es la voluntad de trabajar en la producción cultural un motor suficiente como para conseguir mantener a los productores culturales trabajando pese a saber que no van a ser correctamente remunerados por su trabajo? ¿Tiene razón Pierre Bourdieu al asegurar que los productores culturales trabajan con la mente puesta en acumular capital simbólico con la idea de recuperar la inversión en un futuro lejano cuando este se convierta en económico<sup>4</sup>? Ambas posibilidades pondrían en cuestionamiento ciertos preceptos de la economía neoclásica, entre ellos que toda decisión dentro de la economía se hace siguiendo objetivos egoístas, y todas las decisiones se hacen esperando una recompensa económica<sup>5</sup>.

2. Y no precisamente porque los agentes culturales estén especialmente interesados en vivir sin dinero. Nuestra postura se acercaría más a ciertas nociones de economía que de forma plausible ha argumentado Schumpeter, como cuando dice: “La interpretación económica de la historia no significa que los hombres actúen, consciente o inconscientemente, total o primordialmente por motivos económicos. Por el contrario, un elemento esencial de la teoría, (...) es la influencia de los motivos no económicos y el análisis del modo de cómo la realidad social refleja en las psiques individuales”. Schumpeter, 1983:35.

3. Entre otros ver Florida, 2002.

4. Pierre Bourdieu desarrollará esta idea en diferentes ensayos a lo largo de su bibliografía. Destacamos el titulado *The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods*, Bourdieu, 1993.

5. “El hombre económico se ve obligado a elegir. Enfrentado a un conjunto disponible de bienes y servicios, cada cual con un precio asignado, calcula desapasionadamente las posibilidades y sopesa con cuidado los costes y los respectivos grados de satisfacción que puede obtener” en *No Existe el Mercado Libre*, por Diana Strassman pag 93, dentro de Ferber y Nelson, 2004.

Con esto no queremos dar a entender que las leyes de la economía no se cumplen en la esfera de la producción cultural sino que en muchos casos éstas se ven desbordadas por la realidad específica de este campo, que es mucho más compleja y donde los intereses que lo surcan son mucho más difusos. Con este libro queremos ayudar a ir vertebrando una noción de economía cuyo objetivo último no es la acumulación de dinero, sino una economía compuesta por muchos niveles de interacción, movida por múltiples intereses y formas de valor<sup>6</sup>. No queremos hacer una apología a un neo-hipismo ni elogiar a un colectivo de trabajadores por plantearse vivir con pocos recursos, más bien queremos dejar constancia de lo paradójica que resulta que lo que para muchos es el futuro de la economía esté tan fuertemente impregnada de formas de trabajo informales, altos niveles de precariedad y cuotas de co-dependencia que hacen emerger economías menos “económicas” para así diversificar los canales de recompensa.

Parte de las razones que nos hacen formular esta postura radican en que de una forma empírica hemos constatado que mucha de la gente con la que trabajamos o conocemos, que dirigen pequeñas empresas culturales o que están dedicados a la producción cultural no tienen como objetivo último enriquecerse con su actividad(!!!). Las razones que conducen a esta forma de entender su trabajo son varias y seguramente sería arriesgado señalar algunas de ellas sin realizar previamente una investigación más en profundidad<sup>7</sup>. Esta impresión que hemos constatado a través de conversaciones, entrevistas y otras formas de comunicación informales parece ser una realidad que va forjando el contexto, tal y como leemos en el periódico cultural británico “Creative Week”(Junio 2006):

*“Los investigadores se han visto sorprendidos al encontrar que aquellas empresas creativas de menos de 50 empleados no consideran los objetivos económicos como una de las prioridades de su actividad. Solo un 35 % de estas empresas se han establecido objetivos económicos para el futuro”.*<sup>8</sup>

Esta cifra no nos extraña ni sorprende. Estamos acostumbrados a hablar con gente que consideraría que realizar un proyecto cultural sin tener pérdidas económicas ya es un verdadero éxito. Ganar dinero con ello ya ni se plantea. Si nuestro estado de ánimo fuera un poco más optimista y nues-

6. Sobre las diferentes esferas de valor que se dan en el ámbito de la cultura ver Rowan, 2006.

7. Proyecto que tenemos planeado realizar en breve desde YP.

8. Researchers have been surprised to find that those creative businesses with fewer than 50 employees don't put financial goals high on their list of priorities. Only 35 per cent of businesses have established financial goals for the future.

tras ideas un poco más utópicas nos atreveríamos a sugerir que la esfera de la producción cultural es un espacio en el que se da una contestación (involuntaria) a los preceptos de la economía neoclásica, pero esto no es así. Al omitir la acumulación económica como objetivo inmediato y suspenderlo en el limbo del futuro por venir, al introducir sistemas de valores completamente distintos en la esfera económica (reconocimiento social, visibilidad, necesidad de comunicación, vocación, etc.) se pone de manifiesto que no todas las decisiones que se toman tienen un carácter racional, no son completamente meditadas<sup>9</sup>. Si el hombre económico es un sujeto libre que busca tomar las decisiones más acertadas y que le van a reportar mas beneficios<sup>10</sup>, cualquier persona que como nosotras empiece una empresa de producción cultural está incurriendo en un error y contradiciendo esta máxima, puesto que beneficios pocos, y aún ahora nos seguimos despertando, de vez en cuando, con la frente cubierta de sudor pensando en que deberíamos haber estudiado ingeniería o periodismo<sup>11</sup>.

Por otra parte vemos como esta actitud, este saber que el trabajo que uno realiza va a estar escasamente remunerado ha sido aprovechado de forma cínica por empresas que operan en el sector, aprendiendo a utilizar una jerga en la que palabras como visibilidad, contactos, currículo, inversión o oportunidad, se utilizan cual bienes preciados a los que una puede llegar a acceder. Esto ha hecho que lo que parecía ser un mal circunstancial o momentáneo pasara a convertirse en un problema estructural. La cadena de valores que han desarrollado los productores culturales para suplir la escasez de dinero ha sido tomada y utilizada en su contra.

Todo esto nos hace plantearnos que posiblemente en el campo se esté produciendo una fuga de valores, es decir, que gran parte del valor del trabajo generado por las y los productores culturales se materialice en espacios ajenos a ellos. Por otro lado, y como se discutirá más adelante, vemos que lo abstracto y difícil de cuantificar del trabajo cultural hará que resulte tremendamente difícil calcular de forma precisa la magnitud de este valor perdido. Por ello a lo largo de la siguiente edición veremos cómo se habla

9. Obviamente no es racional desde una óptica neoclásica.

10. Esta es una de las características que define no tan solo la economía neoclásica sino también la marxista, como podemos ver en la siguiente cita de Folbre y Hartmann, "Tanto en la tradición neoclásica como en la marxista, los economistas (...), han dado por supuesto que el interés personal motiva las decisiones de los hombres en el mercado capitalista", en Carrasco (1999: 93).

11. Esta pesadilla puede dejar de tener sentido dentro de poco tiempo cuando la precarización laboral se extienda a todos los ámbitos de la producción y del trabajo.

de diferentes modos de capturar este proceso, tales como la utilización de las externalidades o la reconceptualización del trabajo cultural entre otros.

Todos estos modelos deberán de enfrentarse a su vez a las cadenas alternativas de valorización que, como mencionábamos antes, se han establecido en este contexto para paliar la falta de recursos económicos y garantizar que los sistemas de producción cultural permanezcan operativos. Esta súbita multiplicación de los sistemas de valor que van a entrar a concurrir en la esfera cultural, va a ser uno de los indicadores que la economía de la cultura excede y supera ciertas definiciones restrictivas de lo que puede o debe considerarse como economía. A su vez, al superar una lógica unitaria e introducir tantas necesidades distintas en cada elección, vemos que se empiezan a formar lo que Parry y Bloch (1989) denominaron diferentes “esferas de intercambio”, es decir, realidades económicas paralelas que operan con diferentes escalas, monedas o ciclos en un mismo espacio de tiempo. Por ello hablamos de una contestación involuntaria a los preceptos de la economía neoclásica, puesto que no existe una intencionalidad ni un planteamiento de base que busque poner al mismo en crisis sino un espacio de intercambio que debido a ciertas condiciones (que en estos momentos distan mucho de ser contingentes) se han fragmentado y laminado, generando a su vez desigualdades importantes en lo que acceso a recursos se refiere. Estas diferencias serán a su vez surcadas por nuevos ejes que incrementarán ciertas formas de discriminación como pueden ser las variantes de género, de lugar o de origen social.

La desigualdad de recursos con los que una se enfrenta a todo el sector va a hacer que los objetivos de los diferentes agentes que lo pueblan sean completamente distintos. No es igual tener aspiraciones artísticas y ser hijo de familia burguesa que tener un origen humilde y aspirar a ganarse la vida realizando trabajos culturales. Este ejemplo demagógico y simplista no deja de reflejar una realidad del campo, y es que una parte importante de los actores que lo pueblan proceden de familias pudientes<sup>12</sup>, o dicho de otra manera, sólo teniendo un *background* económico importante puede uno permitirse en muchos casos mantener un trabajo precario durante un lapso de tiempo suficiente como para ‘consagrarse’ y entrar a jugar en la liga profesional de la cultura. Con esto no pretendemos poner en cuestionamiento el trabajo que estas personas puedan llegar a desarrollar, tan sólo indicar que el hecho que no exista una red de apoyo con carácter estructural

12. Invitamos aquí a iniciar una investigación rigurosa que nos ayude a calibrar el porcentaje real de personas que trabajan en el sector y que provengan de buenas familias.

en el sector va a ir en detrimento de aquellas personas con menos recursos o capacidad de acceso a ellos.

Es con este panorama en mente y con nuestras aspiraciones rozando los suelos que nos decidimos a montar una productora cultural. Esta decisión no respondía tanto a una voluntad de jugar a los negocios “de verdad”, ni a buscar con esta actitud ‘empresarial’ hacernos con las riendas de nuestro devenir económico y laboral, sino que nuestra intención era mucho más simple: en un entorno económico y social tan fragmentado y desestructurado, intentábamos generar una arquitectura propia que nos pudiera garantizar cierta continuidad laboral. En ese sentido comprobamos lo cerca que están dos formas de entender la economía que sobre el papel parecen completamente encontradas: los discursos en torno a la precariedad y los argumentos que jalean una actitud “empresarial”. Sólo entendiendo esta cercanía se pueden dar respuesta a una de las preguntas que formulábamos al principio de esta introducción, *¿cómo situarse dentro de un contexto económico cuando a una no le interesa especialmente la acumulación de riquezas?* Creemos que esta falta de interés por la acumulación no responde a una nueva forma de generosidad que aqueje a las y los productores culturales, ni tiene que ver con un altruismo inusitado que embargue todas sus decisiones, sino que tiene que ver con una adecuación de los objetivos a la realidad del campo.

Sólo entendiendo este complejo panorama podemos argumentar que la elección individual es un mito, puesto que como ya hemos visto, en una esfera tan precarizada y cruzada por necesidades tan distintas, desvincularse de las emociones, necesidades, cuidados e intereses para tomar decisiones económicamente eficientes es todo menos factible. A esto hemos de añadir las formas de gubernamentalidad que se hayan inscrites en las políticas que promueven “lo empresarial” y que algunos quieren normalizar como si de un determinismo histórico se tratara<sup>13</sup>. Combinando estos dos hechos se nos presenta un panorama mucho más complejo y rico para analizar en el que no caben juicios pre-establecidos y en el que las identidades son síntomas de los esfuerzos que está realizando un sector para apropiarse de un espacio de agencia política y desarrollo económico.

Dicho esto, tan solo cabe invitaros a leer el siguiente volumen deseando que su lectura pueda resultar provechosa y que con él se puedan empezar a pensar las diferentes relaciones que se dan entre la economía y la cultu-

13. Ver Barbrook, 2006.



ra. Desde YP consideramos que re-pensar la economía de la cultura es una buena forma para entender los procesos culturales y ver como hoteles, marcas, faxes, esculturas, bienales, skaters, museos, ciudades, artistas, aeropuertos, cuchilleros y dineros entran en contacto y operan en este ámbito del que mucho queda por decir. Nosotras por nuestra parte seguiremos investigando e intentando aprender más cosas sobre números, sumas y restas, para ver si este mes no nos descontamos y cobramos de una vez.

YP, Septiembre 2006.

### **Bibliografía**

- Barbrook, R. (2006). *The Class of the New*. OpenMute, London.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. Polity Press, Cambridge.
- Carrasco, C. Ed. (1999). *Mujeres y Economía*. Icaria Editorial, Barcelona.
- Ferber, M. y Nelson, J. Eds. (2004). *Más Allá del Hombre Económico*. Ediciones Cátedra, Madrid.
- Florida, R. (2004). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York.
- Parry, J & Bloch, M. (1989). *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Rowan, J. (2006). *From Scarcity to Excess*, en <http://ypsite.net/pdfs/scarcitytoexcess.pdf>
- Schumpeter, J.A.(1983). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Obris, Barcelona.
- Stiglitz, J. E. (2005). *Los Felices Noventa. La Semilla de la Destrucción*. Punto de Lectura, SCA.